

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**PERSEPSI PEROKOK AKTIF DALAM MENANGGAPI HIMBAUAN  
PERINGATAN PADA IKLAN BAHAYA ROKOK  
(STUDI PADA MASYARAKAT JALAN AIR DINGIN 3 RT. 3 RW. 5 KELURAHAN  
AIR DINGIN KECAMATAN BUKIT RAYA KOTA PEKANBARU)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
pada Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Riau



**M. LUTHFI ERIAN**

NPM : 159110256  
Konsentrasi : Media Masa  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2019**

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil'alamin*

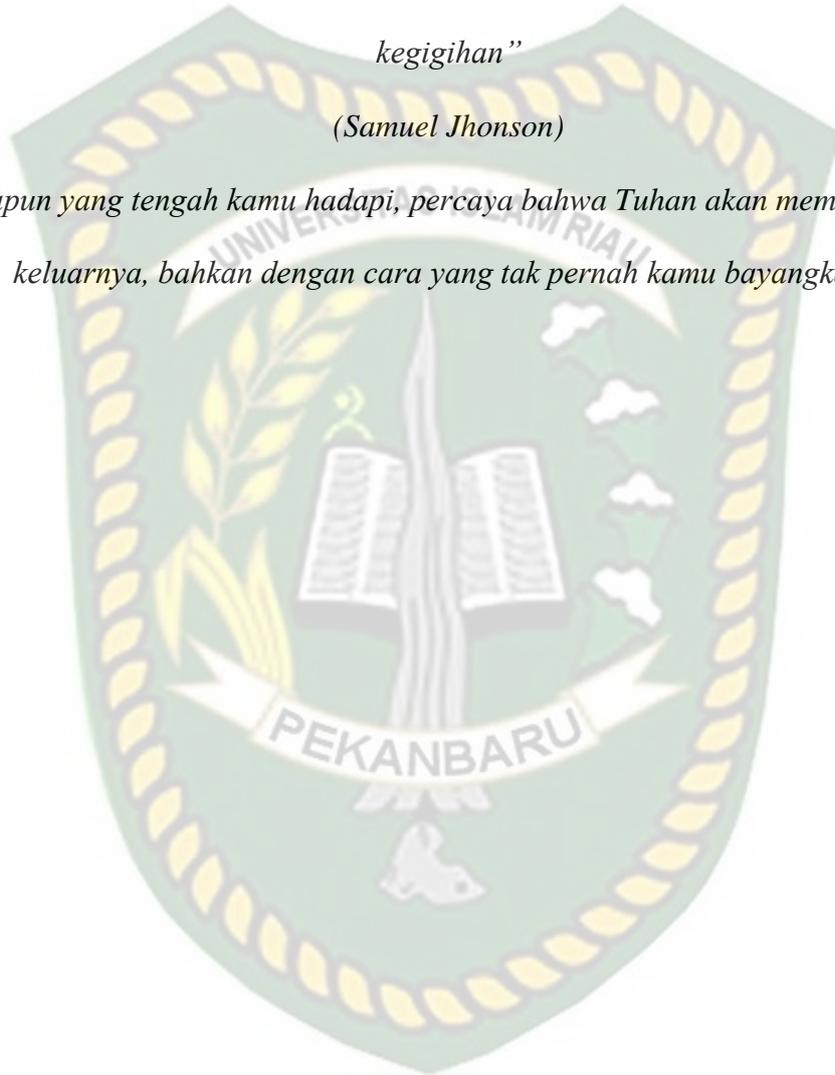
Sujud syukurku ku sembahkan kepada Mu Tuhan yang MahaAgung, takdir-Mu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagi ku untuk meraih cita-cita besarku. Lantunan Al-Fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untuk Mu. Kupersembahkan sebuah karya kecil ini teruntuk dan terkhusus Ayahanda dan Ibundaku tercinta, adek-adekku, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Ayah, ibu, terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu. Dalam silah di lima waktu mulai fajar terbit hingga terbenam seraya tanganku menadah "Yaa Allah Yaa Rahman Yaa Rahim, terima kasih telah kau tempatkan aku diantara kedua malaikat Mu yang setiap waktu ikhlas menjaga, mendidik, membimbingku dengan baik. Yaa Allah berikanlah balasan setimpal syurga firdaus untuk mereka dan jauhkanlah mereka nanti dari panasnya sengat hawa api nerakaMu.

## Motto

*“Pekerjaan hebat tidak dilakukan dengan kekuatan, tapi dengan ketekunan dan kegigihan”*

*(Samuel Jhonson)*

*“Apapun yang tengah kamu hadapi, percaya bahwa Tuhan akan memberi jalan keluarnya, bahkan dengan cara yang tak pernah kamu bayangkan”*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syuku penulis persembahkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Dan shalawat beriring salam buat baginda Rasulullah SAW penulis ucapkan, karena jasa beliau kita bisa menikmati zaman yang penuh dengan Ilmu pengetahuan seperti saat ini. Beliau-lah suritелadan yang baik bagi umatnya.

Penulis banyak mengalami hambatan dalam mengerjakan proposal ini, seperti kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Namun, hambatan tersebut dapat teratasi berkat Allah dan orang-orang disekitar penulis yang turut memberikan dukungan dan saran.

Adapun alasan penulis menulis Skripsi yang berjudul **“Persepsi Perokok Aktif Dalam Menganggapi Himbauan Peringat Pada Iklan Bahaya Rokok (Studi pada masyarakat Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru)”** Dalam penyelesaian tugas skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, mau pun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing sekaligus Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan motivasi, ide mau pun pemikiran, saran yang

membangun serta telah menyediakan waktu selama proses pengajuan judul sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.

2. Terimakasih banyak penulis ucapkan kepada bapak dan ibu selaku tim penguji seminar yang telah memberikan penilaian dan koreksi pada skripsi ini.
3. Penulis sangat berterimakasih kepada Seluruh Staf pengajar Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan kepada penulis pada masa perkuliahan.
4. Terimakasih banyak kepada Staf Tata Usaha (TU) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis dalam administrasi.
5. Penulis sangat berterimakasih kepada Bapak RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru beserta rekan-rekan lainnya yang telah bersedia membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Tanpa peran mereka penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Peran mereka sangat penting bagi penulis dan untuk penelitian ini juga.
6. Terimakasih banyak untuk ayah dan ibunda tercinta yang paling saya sayangi di dunia ini. Terimakasih untuk doa ayah dan ibu yang telah memberikan saya kekuatan juga ketabahan dalam menghadapi masalah kehidupan. Terimakasih ayah,ibu berkat ketulusan, kasih sayang, nasehat dan semua kebaikan yang kalian berikan, membuat saya bersemangat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Terimakasih kepada semua teman-teman seperjuangan penulis di fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2015. Semoga pengalaman dan ilmu pengetahuan yang kita dapat selama kuliah dapat bermanfaat untuk kita kelak. Amin.
8. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penulisan ini.

Penulis menyadari akan kekurangan dan kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat penulis butuhkan untuk dapat memperbaiki penelitian ini. Demikianlah, yang dapat penulis sampaikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapa saja. Amin

Wassalmu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, September 2019

Penyusun

**M. Luthfi Erian**

## DAFTAR ISI

	Halaman
Judul ( <i>Cover</i> )	
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Berita Acara Ujian Komprehensif Skripsi	
Lembar pengesahan	
Lembar Pernyataan	
Halaman Persembahan.....	ii
Halaman Motto.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Abstrak .....	x
<i>Abstract</i> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Fokus Penelitian .....	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
A. Kajian Literatur.....	8
1. Komunikasi .....	8
2. Karakteristik Komunikasi .....	10
3. Fungsi Komunikasi .....	12
4. Pesan .....	14
5. Teori <i>Agenda Setting</i> .....	18
6. Konsep dan Tahapan Persepsi .....	20
7. Rokok.....	26
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	34
C. Defenisi Operasional .....	37

**BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian.....	39
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	39
1. Subjek Penelitian .....	39
2. Objek Penelitian.....	40
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
D. Sumber Data .....	41
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	43
G. Teknik Analisis Data .....	44

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Wilayah Kecamatan Bukitraya .....	46
B. Hasil Penelitian Persepsi Perokok Aktif Dalam Menganggapi Himbauan Peringat Pada Iklan Bahaya Rokok (Studi pada masyarakat Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru) .....	49
C. Pembahasan Penelitian .....	65

**BAB VPENUTUP**

A. Kesimpulan.....	69
B. Saran .....	69

**Daftar Pustaka****Lampiran**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	40



## Abstrak

### **Persepsi Perokok Aktif Dalam Menanggapi Himbauan Peringatan pada Iklan Bahaya Rokok (Studi Pada Masyarakat Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru)**

**M. Luthfi Erian  
NPM : 159110256**

Peringatan gambar yang disampaikan dapat menimbulkan efek yang berbeda-beda bagi komunikannya, oleh karena itu agar ilustrasi/gambar tersebut diharapkan dapat menimbulkan efek yang sesuai dengan keinginan komunikator. Peringatan gambar yang terdapat pada bungkus rokok dapat dikategorikan ke dalam bentuk Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang bersifat desain Grafis, karena dalam himbauan tersebut berisi tentang informasi berbentuk gambar bahaya merokok untuk kesehatan dan himbauan tersebut dicetak pada bungkus rokok melalui desain grafis berbentuk gambar. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisa persepsi perokok aktif terhadap himbauan peringatan pada iklan bahaya rokok. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil wawancara dan obesrvasi yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa persepsi perokok aktif dalam menganggapi himbauan peringatan pada iklan bahaya rokok (Studi pada masyarakat Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru) hampir sama atau tidak berbeda-beda, yaitu : a. peringatan iklan bahaya rokok tidak benar, b. peringatan itu mengada-ngada atau dibuat-buat, c. terlalu dramatisir atau tidak berbahaya, d. gambar-gambar peringatan rokok tidak sesuai dengan efek merokok, e. hanya rekayasa untuk menakuti perokok saja yang mana artinya semua perokok kurang memahami bahwa peringatan tersebut menjelaskan rokok yang mereka konsumsi sebenarnya tidak baik untuk kesehatan dan dapat menimbulkan berbagai macam penyakit. Semua informan tetap saja rileks untuk melakukan kebiasaanya merokok setelah mengetahui iklan bahaya merokok tersebut.

**Kata Kunci :** Persepsi, Himbauan, Peringatan, Iklan

## *Abstract*

***Perception of Active Smokers in Responding to Appeal  
Warning on Cigarette Dangerous Ads  
(Study on the Community of Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air  
Dingin, Bukit Raya District, Pekanbaru City)***

***M. Luthfi Erian  
NPM: 159110256***

*Warning pictures conveyed can cause different effects for the communicant, so that the illustration / picture is expected to have an effect in accordance with the wishes of the communicator. Warning images contained in cigarette packs can be categorized in the form of Public Service Advertising (ILM) which is graphic design, because in the appeal contains information on the form of images of the dangers of smoking for health and the appeal is printed on cigarette packs through graphic design in the form of images. The purpose of this study is to analyze the perception of active smokers on the appeal of a warning on the dangers of cigarette advertisements. The research method used is a qualitative method. Data collection techniques are observation, interview and documentation. From the results of interviews and observations that have been carried out it can be concluded that the perception of active smokers responding to warning calls on cigarette danger advertisements (Study on the community of Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Pekanbaru City Pekanbaru) is almost the same or not different, namely: a. warning of the dangers of cigarette advertising is not true, b. warning is making it up or made up, c. too dramatic or harmless, d. cigarette warning pictures do not match the effects of smoking, e. just engineering to scare smokers which means that all smokers do not understand that the warning explains the cigarettes they consume are actually not good for health and can cause various diseases. All informants still relax to do the habit of smoking after knowing the advertisement of the dangers of smoking.*

***Keywords : Perception, Appeal, Warning, Advertising***

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Rokok adalah lintingan atau gulungan tembakau yang dibungkus dengan kertas atau pun daun dan sudah di gunakan dari zaman dahulu. Biasanya rokok di perlukan setelah makan, menunggu sesuatu atau teman minum kopi. Merokok sudah menjadi kebiasaan yang sulit di hilangkan. Meski pun dampak dan efek nya buruk bagi kesehatan, bukan hanya kepada perokok aktif saja, namun lebih berbahaya lagi bila asap yang di hembuskan oleh perokok aktif dan dihirup bagi orang yang tidak merokok (perokok pasif).

Kebiasaan merokok tidak terlepas dari berbagai kalangan, dari mulai kalangan lanjut usia hingga anak-anak yang di bawah umur pun juga ikut menikmati lezatnya rokok. Dan mereka sebenarnya tidak sadar bahwa bahaya merokok sedang mengintai mereka di balik nikmatnya asap yang mereka hirup. Dan sebenarnya mereka juga tidak memikirkan kesehatan orang yang ada di sekitarnya jika mereka merokok di tempat umum.

Merokok adalah kebiasaan buruk sebagian besar orang. Tanpa berpikir panjang dan jernih, mereka menghisap racun yang membunuh diri mereka secara perlahan-lahan. Sudah jelas bahkan, di dalam bungkus rokok itu sendiri sudah tertulis ”Merokok dapat menyebabkan kanker, penyakit jantung, impotensi, gangguan kehamilan dan janin”. Namun, tulisan tersebut seolah-olah hanya hiasan

yang memperindah bungkus rokok tersebut. Suatu pertanyaan yang besar, tapi mengapa mereka tidak menghiraukan kalimat tersebut.

Menyikapi dampak buruk merokok terhadap kesehatan pemerintah telah mengeluarkan peraturan larangan merokok di tempat-tempat umum dan mewajibkan kepada setiap perusahaan rokok mencantumkan peraturan bahaya merokok dalam setiap bungkus rokok. Saat ini masih banyak pro dan kontra dikalangan masyarakat dalam menanggapi peraturan larangan merokok. Sebagian pihak merasa akan lebih terjaga dari bahaya rokok, namun peraturan ini dinilai sangat merugikan para pihak petani tembakau, karena tembakau adalah bahan utama pembuatan rokok, dan banyak para karyawan pabrik penghasil rokok yang hidupnya tergantung pada produksi rokok. Selain itu menurut [mantan ]Menteri Perindustrian Fahmi idris dalam liputan6.com), penerimaan Negara atau penghasilan Negara dari cukai dan pajak rokok yang merupakan *single commodity*, mencapai Rp. 52 Triliun, sehingga kalau perilaku merokok dilarang tuntas, hal tersebut akan banyak merugikan Negara.

Pemerintah sudah berulang kali mengubah kalimat himbuan bahaya merokok pada setiap bungkus rokok atau di setiap iklan yang awalnya peringatan bertuliskan “*Merokok dapat menyebabkan serangan jantung, impotensi, gangguan kesehatan dan janin*”, kalimat tersebut sepertinya juga tidak berpengaruh terhadap perokok Pemerintah mengganti kalimat tersebut dengan tulisan “*merokok membunuhmu*” kalimat tersebut juga tidak cukup efektif. Pemerintah kemudian mengeluarkan peraturan yang baru mengenai peringatan bahaya merokok, selain tulisan peringatan bahaya merokok juga ditampilkan

gambar dan peringatan beberapa jenis penyakit yang diakibatkan oleh merokok dalam bentuk gambar/ilustrasi pada kemasan bungkus rokok yang diharapkan dapat menimbulkan rasa takut (*fear arousing*), agar menimbulkan kesan bahwa bahaya merokok itu memang nyata adanya dapat membunuh perokok serta berbahaya bagi lingkungan sekitar.

Sebelumnya peringatan bahaya merokok yang terdapat pada kemasan bungkus rokok, sepertinya tidak berdampak signifikan untuk mengurangi jumlah perokok, diduga karena peringatan bahaya merokok dalam bentuk tulisan saja tidak menimbulkan rasa takut bagi perokok dan berhenti merokok, karena mungkin sebagian besar perokok tidak menghiraukan tulisan yang terdapat pada kemasan bungkus rokok. Dengan diterbitkannya aturan, bahwa peringatan bahaya merokok pada kemasan bungkus rokok harus dilengkapi dengan gambar/ilustrasi bahaya penyakit yang ditimbulkan akibat merokok, diharapkan dapat menyadarkan para pecandu rokok akan bahaya merokok yang dapat berakibat terkena penyakit yang dapat menyebabkan kematian.

Direktorat Jendela Pengendalian Penyakit dan Penyehatan Lingkungan Kementerian Kesehatan, Prof. Tjandra Yoga Aditama mengatakan semua kemasan rokok di Indonesia wajib diisi lima gambar peringatan bahaya merokok mulai 24 Juni 2014. "*Semua perusahaan rokok di Indonesia sudah sepatat untuk memasang lima gambar bahaya merokok seiring dengan sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan 70| I Adiyatama, U Suryatna, AA Kusumadinata Perilaku Perokok Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Produk Tembakau Bagi Kesehatan yang sudah disosialisasikan selama 1,5*

*tahun terakhir,"* katanya di sela-sela Kampanye PeringatanRokok Bergambar, di Denpasar ([www.antaraneews.com](http://www.antaraneews.com)).

Terhadap peraturan tersebut semua produsen rokok telah sepakat untuk memasang lima buah gambar akibat dari merokok yang akan menjadi gambar iklan dan kemasan dari setiap produk yang mereka pasarkan. Namun, tidak semua gambar akan langsung dipasang dalam satu kemasan, melainkan akan dibagi-bagi sehingga beraneka ragam kemasan rokok dengan gambar akibat dari bahaya merokok. peraturan ini dibuat agar masyarakat lebih mengetahui lagi bahaya dari merokok, sehingga lambat laun akan membuat Indonesia bebas dari perokok. Pemerintah menyadari bahwa usaha untuk mewujudkan bebas rokok sangatlah susah, oleh karena itu terobosan baru ini dibuat untuk memberikan efek berfikir kepada para perokok yang nantinya akan menjadi seperti gambar yang ada dalam kemasan rokok tersebut. Apabila ada pabrik rokok yang tidak mengikuti peraturan ini pemerintah akan dikenakan sanksi lima tahun penjara atau membayar denda Rp 500 juta bagi pihak yang secara sengaja tidak mencantumkan peringatan tersebut. Sedangkan untuk produk rokok yang sudah beredar, perusahaan rokok diminta untuk menarik rokok yang sudah beredar tersebut dalam jangka waktu waktu 2-3 bulan setelah diterbitkannya peraturan tersebut, jika tidak ditarik, perusahaan rokok yang bersangkutan akan diberikan sanksi.

Di Indonesia, masalah rokok telah menjadi perbincangan banyak orang. Hal utama yang dibahas sudah tentu mengenai masalah yang disebabkan oleh rokok, baik bagi kesehatan ataupun kualitas hidup pecandunya. Perkembangan konsumsi rokok di Indonesia sudah bukan lagi pada kalangan orang dewasa saja,

tetapi sudah merambah kepada anak-anak remaja dan bahkan anak kecil di Indonesia. Oleh karena itu pemerintah berusaha secara terus-menerus untuk mengurangi bahkan menghentikan kebiasaan merokok pada pecandu rokok dengan berbagai kegiatan sosialisasi dan peringatan pada masyarakat tentang bahaya meokok.

Peringatan gambar yang terdapat pada bungkus rokok dapat dikategorikan ke dalam bentuk Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang bersifat desain Grafis, karena dalam himbauan tersebut berisi tentang informasi berbentuk gambar bahaya merokok untuk kesehatan dan himbauan tersebut dicetak pada bungkus rokok melalui desain grafis berbentuk gambar yang dibuat pada masing-masing kotal rokok. Pada dasarnya himbauan tersebut adalah langkah yang diposisikan untuk membangun kesadaran diri, sedangkan sifat pesan hanya berupa peringatan. Maka, tidak ada risiko hukuman bagi mereka yang tidak memenuhinya.

Peringatan gambar yang disampaikan dapat menimbulkan efek yang berbeda-beda bagi komunikannya, oleh karena itu agar ilustrasi/gambar tersebut diharapkan dapat menimbulkan efek yang sesuai dengan keinginan komunikator, maka menurut Kotler (*dalam* Margono, 2008:34) himbauan tersebut harus memiliki format pesan yang baik untuk sebuah ILM dan daya tarik pesan yang meliputi daya tarik emosional, daya tarik rasional dan daya tarik moral. Sedangkan menurut Rakhmat (2005:219), efek pesan media massa meliputi aspek : Kognitif, afektif, serta behavioral. Efek kognitif terjadi apa bila ada perubahan pada sesuatu yang diketahui atau dipahami oleh khalayak. Efek afektif timbul bila ada perubahan yang dirasakan oleh khalayak, sementara efek *behavioural*

merujuk pada perilaku yang nyata, yang dapat diamati. Dengan demikian variable yang dapat diukur dalam penelitian ini terkait dengan efek *behavioural*, yaitu untuk mengetahui apakah perokok mengetahui atau bahkan memahami gambar peringatan dan menimbulkan sikap hingga ke perilaku tidak lagi merokok dan atau mengurangi jumlah rokok yang dihisap setiap harinya.

Objek penelitian ini adalah masyarakat Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Salah satu alasan peneliti melakukan penelitian pada objek tersebut adalah banyaknya mahasiswa yang bertempat tinggal didaerah tersebut yang berusia antara 19-25 tahun dan kebanyakan adalah perokok aktif. Masyarakat ini umumnya menghisap rokok jenis filter yaitu jenis Rokok yang mengandung TAR dan Nikotin yang cukup tinggi. Penempatan pesan gambar pada kemaan bungkus rokok berbentuk pesan tunggal yang luas permukaannya kira-kira 50% dari permukaan bagian depan dan belakang bungkus rokok. Ditempatkan pada bagian atas bungkus rokok tidak tertutup atau terhalang apapun sehingga dapat dengan mudah dilihat. Seberapa besar efek pesan gambar peringatan bahaya merokok pada keamanan bungkus rokok terhadap perubahan perilaku perokok sebagai fenomena komunikasi yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini mengambil judul **“Persepsi Perokok Aktif Dalam Menganggapi Himbauan Peringat Pada Iklan Bahaya Rokok (Studi pada masyarakat Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru)”**.

## **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi masalah, sebagai berikut :

1. Banyaknya masyarakat yang rendah kesadaran akan pentingnya kesehatan.
2. Kurangnya sosialisasi secara langsung dari pihak kesehatan masyarakat untuk memberikan penyuluhan tentang bahayanya merokok.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan yang terjadi, maka dapatlah dirumuskan permasalahan pokok penelitian yaitu: “bagaimana persepsi perokok aktif dalam menganggapi himbauan peringatan pada iklan bahaya rokok”

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisa persepsi perokok aktif terhadap himbauan peringatan pada iklan bahaya rokok.

### **2. Manfaat penelitian**

- a. Secara teoritis, bagi penulis sebagai penerapan dan memperdalam ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan khususnya tentang menganalisa persepsi perokok aktif dalam menganggapi himbauan peringatan pada iklan bahaya rokok.
- b. Secara Praktis, sebagai masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan persepsi perokok aktif terhadap himbauan peringatan pada iklan bahaya rokok.

## BAB II

### STUDI KEPUSTAKAAN

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial, dan tindakannya yang pertama dan yang paling penting adalah tindakan sosial. Suatu tindakan untuk saling mempertukarkan pengalaman, saling mengutarakan perasaan atau saling mengekspresikan serta menyetujui sesuatu pendirian atau keyakinan. Oleh karena itu, di dalam tindakan sosial haruslah terdapat elemen-elemen yang umum, yang sama-sama diBaiki dan dipahami oleh sejumlah orang yang merupakan kumpulan masyarakat. Untuk menghubungkan sesama anggota masyarakat maka diperlukan komunikasi (Tinambunan, 2010:21).

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting, bukan hanya dalam kehidupan organisasi, namun dalam kehidupan manusia secara umum. Tiada hari tanpa komunikasi, sepanjang detak jantung masih ada. Bahkan orang yang melakukan meditasipun pada hakekatnya sedang melakukan komunikasi. termasuk orang yang sedang bertapa di suatu tempat yang dianggap keramat.

Komunikasi menurut Harahap (2016:2) adalah suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui proses tertentu sehingga tercapai apa yang dimaksudkan atau diinginkan oleh kedua belah pihak. Di dalam komunikasi terkandung maksud atau tujuan yang jelas antara si penyampai atau pengirim pesan (komunikator) dengan si penerima pesan (komunikan). Maksud

dan tujuan yang jelas antara kedua belah pihak akan mengurangi gangguan atau ketidakjelasan, sehingga komunikasi yang terjadi akan berjalan secara efektif.

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai penyampaian informasi antara dua orang atau lebih. Komunikasi merupakan suatu proses yang vital dalam organisasi karena komunikasi diperlukan bagi efektifitas kepemimpinan, perencanaan, pengendalian, koordinasi, latihan, manajemen konflik, serta proses-proses organisasi lainnya. Komunikasi interpersonal biasanya didefinisikan sebagai komunikasi utama dan menggambarkan peserta yang saling bergantung satu sama lain dan memiliki sejarah bersama. Hal ini dapat melibatkan suatu percakapan atau individu berinteraksi dengan banyak orang dalam masyarakat. Ini membantu kita memahami bagaimana dan mengapa orang berperilaku dan berkomunikasi dengan cara yang berbeda untuk membangun dan menegosiasikan realitas sosial . Sementara komunikasi interpersonal dapat didefinisikan sebagai area studi sendiri, itu juga terjadi dalam konteks lain seperti kelompok dan organisasi (Sarwono, 2009:12).

Ilmu komunikasi menurut kamus komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap pandangan atau perilaku. (Berasal dari bahasa Latin "*communication*" yang berarti pergaulan, persatuan, peran serta kerjasama bersumber dari istilah "*communis*" yang berarti sama makna. (Effendy, 2008:9)

Komunikasi itu sendiri merupakan pembagian dan pertukaran ide, informasi, pengetahuan, sikap atau perasaan di antara dua orang atau lebih yang mempunyai dan menggunakan tanda atau simbol-simbol yang ada (Liliweri, 2011:37).

Jadi antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi harus terdapat kesamaan pengertian, jika tidak terjadi kesamaan makna, maka komunikasi tidak berlangsung dengan baik.

## **2. Karakteristik Komunikasi**

Komunikasi dapat ditinjau dari beberapa karakteristik Baik dengan bidang dan permasalahannya. Menurut Effendy (2003:6) komunikasi dapat ditinjau dari komponen, bentuk, sifat, tehnik, tujuan, fungsi dan modelnya :

### *1. Komponen Komunikasi*

- a) Komunikator (*Communicator*)
- b) Pesan (*Message*)
- c) Media
- d) Komunikan (*Communican*)
- e) Efek (*Effect*)

### *2. Bentuk Komunikasi*

- a) Komunikasi Personal (*Interpersonal Communication*)
- b) Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)
- c) Komunikasi Massa (*Mass Communication*)
- d) Komunikasi Media (*Medio Communication*)

### 3. Sifat Komunikasi

- a) Tatap muka (*face to face*)
- b) Bermedia (*mediated*)
- c) Verbal
- d) Nonverbal

### 4. Teknik Komunikasi

- a) Komunikasi Informatif (*Informative Communication*)
- b) Komunikasi Persuasif (*Persuasive Communication*)
- c) Komunikasi Instruktif/Koersif (*Instructive/coershe Communication*)
- d) Hubungan Manusiawi (*Human Relations*)

### 5. Tujuan Komunikasi

- a) Perubahan sikap (*Attitude Change*)
- b) Pembahan pendapat (*Opinion Change*)
- c) Perubahan perilaku (*Behavior Change*)
- d) Perubahan sosial (*Social Change*)

### 6. Fungsi komunikasi

- a) Menyampaikan informasi (*to inform*)
- b) Mendidik (*to educate*)
- c) Menghibur (*to entertain*)
- d) Mempengaruhi (*to influence*)

### 7. Model Komunikasi

- a) Komunikasi satu tahap (*One step flow communication*)
- b) Komunikasi dua tahap (*Two step flow communication*)

c) Komunikasi multi tahap (*Multi step flow communication*)

Berdasarkan karakteristik komunikasi tersebut diatas maka komunikasi dapat dikelompokkan atas beberapa bagian baik dengan permasalahannya.

### 3. Fungsi Komunikasi

Komunikasi sebagai ilmu, seni dan lapangan kerja memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Fungsi tersebut sebagaimana telah di jelaskan Sean MacBride, Ketua komisi masalah-masalah komunikasi UNESCO dalam (Cangara, 2003:63-64), yaitu:

- a. *Informasi*, yakni kegiatan untuk rnengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.
- b. *Sosialisasi*, yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap baik nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
- c. *Motivasi*, yakni mendorong orang untuk mengikuti kemajua orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat, dan mereka dengar lewat media massa.
- d. *Bahan Diskusi*, menyediakan informasi sebagai bahan -diskusi untuk mencapai perbaikan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
- e. *Pendidikan*, pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

- f. *Memajukan Kebudayaan*, maksudnya adalah media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, ataukah bahan tercetak seperti buku dan penerbitan-penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara, serta mempertinggi kerjasama hubungan antarnegara.
- g. *Hiburan*, media massa juga difungsikan sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gam bar dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok lainnya.
- h. *Integrasi*, menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain.

Berdasarkan fungsi komunikasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi memegang peranan penting dalam organisasi, maupun dalam kehidupan sehari-hari. Setiap tindakan yang dilakukan atau adanya informasi penting yang hendak disampaikan pastilah selalu mengikutsertakan komunikasi sebagai sarananya.

Komunikasi merupakan dasar dari seluruh interaksi antar manusia. Karena tanpa komunikasi - interaksi antar manusia, baik secara perorangan, kelompok maupun organisasi tidak mungkin terjadi. Sebagian besar interaksi manusia berlangsung dalam situasi komunikasi interpersonal (komunikasi antar pribadi).

#### 4. Pesan

Komunikasi dalam kehidupan manusia terasa sangat penting, karena dengan komunikasi dapat menjembatani segala bentuk ide yang akan disampaikan kepada seseorang. Dalam setiap melakukan komunikasi unsur penting diantaranya adalah pesan, karena pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang dimengerti, kata-kata yang sederhana dan sesuai dengan maksud, serta tujuan pesan itu akan disampaikan dan mudah dicerna oleh komunikan. Pesan adalah inti utama komunikasi. Tanpa pesan, tidak akan terjadi adanya komunikasi. Karena pesan termasuk salah satu unsur penting dalam komunikasi.

Pengertian dari pesan atau informasi dapat diartikan sebagai inti dari komunikasi, di mana sebuah pesan akan berkaitan dengan apa yang dikomunikasikan. Sebagai contoh, jika seseorang menulis surat, maka apa yang dituliskannya itu merupakan pesan. Begitu pula dalam acara televisi, orang yang berbicara dari acara tersebut juga bertujuan menyampaikan pesan.

##### a. Definisi Pesan

Adapun pesan itu menurut Onong Effendy, menyatakan bahwa pesan adalah: “suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain”.(Effendy, 1989:224). Selain itu, Sastropetro (1982:13) memberikan pengertian bahwa pesan (*encoding*) merupakan suatu kegiatan penting, sulit dan menentukan apakah gagasan yang ada dapat dituangkan secara pasti kedalam lembaga yang berarti dan telah disusun sedemikian rupa, sehingga menghindari timbulnya salah paham.

Pratikno (1987:42) mendefinisikan pesan dengan melihat dari bentuknya, yaitu: *“Pesan adalah semua bentuk komunikasi baik verbal maupun nonverbal. Yang dimaksud dengan komunikasi verbal adalah komunikasi lisan, sedangkan nonverbal adalah komunikasi dengan simbol, isyarat, sentuhan perasaan dan penciuman”*.

Sedangkan Menurut De Vito, pesan adalah pernyataan tentang pikiran dan perasaan kita yang dikirim kepada orang lain agar orang tersebut diharapkan bisa mengerti dan memahami apa yang diinginkan oleh sipengirim pesan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pesan adalah suatu materi yang disampaikan kepada orang lain dalam bentuk gagasan baik verbal maupun nonverbal, untuk menyatakan maksud tertentu sesuai dengan kebutuhan orang lain berkenaan dengan manfaat dan kebutuhannya. Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Pesan dapat berupa gagasan, pendapat dan sebagainya yang sudah dituangkan dalam suatu bentuk dan melalui lambang komunikasi diteruskan kepada orang lain atau komunikan.

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan atau tema sebagai pengaruh di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan adalah tujuan akhir dari pesan itu sendiri. Pesan (*message*) terdiri dari dua aspek, yaitu isi pesan (*The content of message*) dan lambang/symbol untuk mengekspresikannya.

Lambang utama pada komunikasi umumnya adalah bahasa, karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini hal yang kongkrit dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan yang akan datang dan sebagainya.

#### **b. Jenis-jenis Lambang dan Pesan dalam Komunikasi**

Membicarakan pesan (*message*) dalam proses komunikasi, kita tidak bias lepas dari apa yang disebut simbol dan kode, karena pesan dikirim komunikator kepada penerima terdiri atas rangkai simbol dan kode. Menurut Cangara (2004:95) bahwa simbol adalah suatu proses komunikasi yang dipengaruhi oleh kondisi sosial budaya yang berkembang pada suatu masyarakat. Sebagai makhluk social dan makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam simbol, baik yang diciptakan oleh manusia itu maupun yang bersifat alami. Secara umum, jenis symbol dan kode pesan terbagi menjadi dua, yakni :

##### 1) Pesan Verbal

Pesan verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya menggunakan kata-kata, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan apa yang didengarnya. Pesan verbal dalam pemakaiannya, menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti, bahasa menjadi peralatan yang sangat penting untuk memahami lingkungan. Melalui bahasa, kita dapat mengetahui sikap, perilaku dan pandangan suatu bangsa, meski kita belum pernah berkunjung ke negaranya.

Bahasa mengembangkan pengetahuan kita, agar kita dapat menerima sesuatu dari luar dan juga berusaha untuk menggambarkan ide-ide kita kepada orang lain. sebagai alat pengikat dan perekat dalam hidup bermasyarakat, bahasa dapat membantu kita menyusun struktur pengetahuan menjadi logis dan mudah diterima oleh orang lain. Sebab bagaimanapun bagusnya sebuah ide, kalau tidak disusun dengan bahasa yang sistematis sesuai dengan aturan yang telah diterima, maka ide yang baik itu akan menjadi kacau. menurut Benyamin Lee Whorf (dalam Cangara, 2004:97) bahwa bahasa bukan hanya membagi pengalaman, tetapi juga me bentuk pengalaman itu sendiri.

## 2) Pesan Non-Verbal

Manusia dalam berkomunikasi selain memakai pesan verbal (bahasa) juga memakai pesan non-verbal. Pesan nonverbal menurut Cangara (2004:99) bahwa pesan non-verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerak-gerik, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan. Pada pesan non-verbal mengandalkan indera penglihatan sebagai penangkap stimuli yang timbul.pesan nonverbal bisa disebut bahasa isyarat atau gesture atau bahasa diam (*silent language*).

### c. Bentuk-bentuk Pesan

Selain hal tersebut di atas, pesan juga dapat dilihat dari segi bentuknya. Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab terdapat tiga bentuk pesan yaitu:

### 1) Informatif

Yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikasi mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.

### 2) Persuasif

Yaitu berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah. Tetapi berubahnya atas kehendak sendiri. Jadi perubahan seperti ini bukan terasa dipaksakan akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.

### 3) Koersif

Menyampaikan pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi bentuk yang terkenal dari penyampaian secara inti adalah agitasi dengan penekanan yang menumbuhkan tekanan batin dan ketakutan dikalangan publik. *Koersif* berbentuk perintah-perintah, instruksi untuk penyampaian suatu target. (Widjaja & Wahab,1987:61).

Sementara pesan bahaya merokok dalam kemasan rokok tersebut termasuk bentuk pesan persuasif yang bermaksud membujuk agar masyarakat bias mengurangi konsumsi rokok atau berhenti merokok.

## **5. Teori Agenda Setting**

Teori Penentuan Agenda (bahasa Inggris: Agenda Setting Theory) adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu

kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa.

Teori Agenda Setting pertama dikemukakan oleh Walter Lippman (1965) pada konsep "*The World Outside and the Picture in our head*", penelitian empiris teori ini dilakukan Mc Combs dan Shaw ketika mereka meneliti pemilihan presiden tahun 1972. Mereka mengatakan antara lain walaupun para ilmuwan yang meneliti perilaku manusia belum menemukan kekuatan media seperti yang disinyalir oleh pandangan masyarakat yang konvensional, belakangan ini mereka menemukan cukup bukti bahwa para penyunting dan penyiar memainkan peranan yang penting dalam membentuk realitas sosial kita, ketika mereka melaksanakan tugas keseharian mereka dalam menonjolkan berita.

Mereka menuliskan bahwa audience tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikan kepada suatu isu atau topik dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut. Misalnya, dalam merefleksikan apa yang dikatakan para kandidat dalam suatu kampanye pemilu, media massa terlihat menentukan mana topik yang penting. Dengan kata lain, media massa menetapkan 'agenda' kampanye tersebut. Kemampuan untuk mempengaruhi perubahan kognitif individu ini merupakan aspek terpenting dari kekuatan komunikasi massa. Dalam hal kampanye, teori ini mengasumsikan bahwa jika para calon pemilih dapat diyakinkan akan pentingnya suatu isu maka mereka akan memilih kandidat atau partai yang diproyeksikan paling berkompeten dalam menangani isu tersebut.

## 6. Persepsi

### a. Pengertian Persepsi

Persepsi Secara bahasa, kata persepsi berasal dari bahasa Inggris *Perception* yang artinya penglihatan (pesan yang dikenali), perasaan (setelah melihat pesan bagaimana persaan nya), dan penangkapan (ditafsirkan). Sementara dalam kamus lengkap Bahasa Indonesia populer, persepsi memiliki pengertian sebagai tanggapan dari sesuatu yang dilihat atau didengar, atau dapat pula bermakna sebagai proses pengamatan tentang sesuatu objek dengan menggunakan panca indera.

Persepsi dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu (Sobur, 2003:445). Menurut Slameto (2010:102), persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa dan pencium.

Dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya. Persepsi mempunyai sifat subjektif, karena bergantung pada kemampuan dan keadaan dari masing-masing individu, sehingga akan ditafsirkan berbeda oleh individu yang satu dengan yang lain. Dengan demikian persepsi merupakan proses perlakuan individu yaitu pemberian tanggapan, arti, gambaran,

atau penginterpretasian terhadap apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan oleh indranya dalam bentuk sikap, pendapat, dan tingkah laku atau disebut sebagai perilaku individu.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, persepsi bisa dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Hal ini tampak jelas pada defenisi John R Wenburg dan William W Wilmot: "Persepsi didefenisikan sebagai cara organisme memberikan makna", atau defenisi Rudolf F.Verderber: "Persepsi adalah proses menafsirkan informasi indrawi" (Mulyana,2005:167).

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensori stimuli). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori. (Rakhmat 2005:51).

Sementara menurut Brian Fellows persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisa informasi. Persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indra kita (yakni indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap, atau indra pendengar), atensi, dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang di kirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman dan pengecapan. Persepsi

manusia sebenarnya terbagi dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia.

Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia bersifat dianimis. Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap mereka mengandung resiko(Mulyana 2005:168).

Persepsi pada dasarnya merupakan suatu proses yang terjadi dalam pengamatan seseorang terhadap orang lain. Persepsi juga bisa diartikan sebagai proses. Pemahaman terhadap suatu informasi yang disampaikan oleh orang lain yang sedang saling berkomunikasi, berhubungan atau bekerjasama, jadi setiap orang tidak terlepas dari proses persepsi. Kita biasanya menganggap bahwa kita bisa melihat hal-hal yang benar-benar faktual atau nyata didunia sekitar kita. Kita mengira bahwa benda-benda yang kita lihat atau persepsi adlah hal-hal yang nyata, sedangkan hal-hal lain seperti ide dan etori merupakan sesuatu yang kurang nyata, bagi setiap orang apa yang dipersepsikan adalah kenyataan (Matsumono, 2004:59)

Persepsi itu bersifat kompleks dengan pesan yang akhirnya memasuki otak kita dan apa yang terjadi diluar dapat sangat berbeda denga apa yang mencapai otak kita. Mempelajari bagaimana dan mengapa pesan-pesan ini berbeda sangat penting dalam memahami komunikasi. Kita dapat mengilustrasikan bagaimana persepsi bekerja dengan menjelaskan tiga langkah yang terlibat dalam proses ini. Tahapan-tahapan ini tidak saling terpisah, dalam kenyataan ketiganya bersifat

kontiniu, bercampur baur, dan bertumpang tindih satu sama lain.

### **b. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi**

Dalam memsentuk persepsi, pemikiran-pemikiran yang ada dipengaruhi oleh factor dari eksternal dan internal yang mempengaruhi persepsi itu sendiri.

Factor yang mempengaruhi persepsi

1. Gerakan
2. Intensitas stimuli
3. Perulangan objek yang dipesepsikan
4. Kontras

Factor internal yang mempengaruhi persepsi

1. Gender
2. Biologis
3. Fisiologis
4. Sosio-psikologis
5. Sikap
6. Kebiasaan
7. Kemauan

### **c. Jenis Persepsi Manusia**

Persepsi manusia sebenarnya terbagi menjadi dua yakni persepsi objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia bersifat dinamis. Persepsi terhadap lingkungan fisik berbeda dengan persepsi terhadap lingkungan social. Perbedaan tersebut mencakup hal-hal sebagai berikut;

1. Persepsi terhadap objek melalui lambing-lambang fisik sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambing-lambang verbal dan nonverbal. Manusia lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
2. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar sedangkan persepsi terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya). Kebanyakan objek tidak mempersepsi kita ketika pada saat kita mempersepsi mereka. Dengan kata lain persepsi terhadap manusia lebih interaktif.
3. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain objek bersifat statis sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat dari pada persepsi terhadap objek. Dan oleh karena itu juga, lebih cepat dari pada persepsi terhadap objek. Dan oleh karena itu juga, persepsi terhadap manusia lebih beresiko daripada terhadap objek. (Mulyan, 2010:184).

Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) kita terkadang melakukan kekeliruan. Kondisi mempengaruhi kita terhadap suatu benda. Misalnya ketika merasa kepanasan ditengah gurun. Kita tidak jarang melihat fatamorgana. Ketika kita disuruh mencicipi suatu makanan, mungkin pendapat kita akan berbeda dengan orang lain karena kita memiliki persepsi yang berbeda latar belakang pengalaman, budaya dan suasana psikologis yang berbeda membuat persepsi kita juga berbeda atas suatu objek.

Persepsi terhadap manusia adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang kita alami dan dalam lingkungan kita. “manusia selalu memikirkan orang lain dan apa yang orang lain pikitkan tentang dirinya, an apa yang orang lain pikirkan mengenai apa yang ia pikirkan mengenai orang lain itu dan seterusnya”. (R.D Laining) (Mulyana, 2010:191)

Setelah mempelajari hal-hal dalam persepsi, lalu bagaimanakah hubungan antara persepsi dan komunikasi. Dapat dijelaskan bahwa makna merupakan jantungnya komunikasi dan persepsi itu mempertajam komunikasi. Persepsi merupakan inti dari komunikasi sebab jika persepsi tidak aurat, maka komunikasi tidak akan berjalan secara efektif. Selain itu, akan menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan lain dan pastinya setiap orang memiliki persepsi yang berbeda. (Mulyana, 2010:179-255).

#### **d. Konsep Persepsi**

Dalam kajian psikologis didefinisikan sebagai proses dimana individu menjadi lebih sadar tentang objek dan peristiwa yang terjadi dalam dunia sekeliling. Proses persepsi ini dapat terjadi dalam tiga tahapan utama yaitu (Liliweri, 2011:157):

1. Individu memperhatikan dan membuat seleksi
2. Individu mengorganisasikan objek yang ditangkap indra manusia
3. Individu membuat interpretasi

Pada umumnya, para pemerhati psikologi komunikasi mengikuti lima tahapan utama yaitu (Liliweri, 2011:158):

- a) *Stimulation*, individu menerima stimulus(rangsangan dari luar), disaat ini indra akan menangkap makna terhadap stimulus, selanjutnya;
- b) *Organization*, stimuli tadi diorganisasikan berdasarkan tatanan tertentu misalnya berdasarkan *schemata* (membuat semacam diafragma tentang stimulus) atau dengan *scrip* (refleks perilaku), kemudian;
- c) *Interpretation-evaluation*, individu membuat interpretasi dan evaluasi terhadap stimuli berdasarkan pengalaman masa lalu atau pengetahuan tentang apa yang diterima.
- d) *Memory*, stimulus yang sudah diperhatikan itu terekam oleh memori;
- e) *Recall*, semua rekaman itu dikeluarkan, itulah persepsi.

## 6. Rokok

### a. Pengertian Rokok

Rokok adalah lintingan atau gulungan tembakau yang digulung/dibungkus dengan kertas, daun, atau kulit jagung, sebesar kelingking dengan panjang 8-10 cm, biasanya dihisap seseorang setelah dibakar ujungnya. Rokok merupakan pabrik bahan kimia berbahaya. Hanya dengan membakar dan menghisap sebatang rokok saja, dapat diproduksi lebih dari 4000 jenis bahan kimia. 400 diantaranya beracun dan 40 diantaranya bisa berakumulasi dalam tubuh dan dapat menyebabkan kanker. Rokok juga termasuk zat adiktif karena dapat menyebabkan adiksi (ketagihan) dan dependensi (ketergantungan) bagi orang yang menghisapnya. Dengan kata lain, rokok termasuk golongan NAPZA (Narkotika, Psikotropika, Alkohol, dan Zat Adiktif).

## **b. Alasan orang merokok**

Merokok pada zaman sekarang bukanlah hal yang tabu lagi. Mulai dari tua, remaja, bahkan anak dibawah umur sudah banyak yang merokok. Bagi orang tua khususnya laki-laki merokok adalah hal yang wajar. Meskipun di bungkus rokok sudah tertera peringatan, bahkan gambar yang mengkonsumsi. Rokok seperti sudah menjadi rutinitas seseorang setiap harinya. Kalau satu hari saja tidak mengkonsumsi rokok rasanya seperti ada yang kurang. Kita tidak bias juga menyalahkan seorang perokok. Setiap orang yang merokok pasti memiliki alasan sendiri mengapadia merokok. Mari kita simak beberapa alasan kenapa seseorang merokok.

### 1) Menghancurkan stress

Bagi para pecandu rokok salah satu alasan mereka merokok adalah rokok dapat menghilangkan stress, atau setidaknya mengurangi stress yang mereka alami karena suatu masalah yang sedang mereka hadapi.

### 2) Rasa lega dan santai

### 3) Untuk jeda setelah melakukan sesuatu

Hal ini dilakukan untuk beberapa aktivitas tertentu, misalnya merokok setelah makan, atau merokok sambil menikmati kopi/the disaat sedang bersantai atau pun membaca Koran di pagi hari.

### 4) Pergaulan

Beberapa orang beralasan merokok membuat mereka diterima di pergaulan khususnya para remaja. Dan biasanya didalam komunitas tersebut juga berisi orang-orang yang merokok.

## 5) Rasa percaya diri

Seseorang yang merasa kurang percaya diri biasanya akan lebih mudah menjadi perokok, mereka percaya rokok menjadikan rasa percaya diri mereka bertambah. Yang awalnya malu-malu didalam suatu komunitas, menjadi berani bergaul.

## 6) Ingin diakui

Seseorang yang ingin mendapat pengakuan dari teman sebayanya akan memilih rokok sebagai alasan utama. Alasannya agar tidak dianggap cupu, dan disepekan. Merasa diremehkan atau kerap menjadi bahan tertawaan oleh teman yang terlebih dahulu menjadi perokok, membuat seseorang memilih jalan ini.

## 7) Penasaran

Rasa penasaran dan ingin tau seseorang menjadi salah satu alasan. Awalnya memang sekedar coba-coba, tetapi kemudian menjadi pecandu. Dikeliling orang-orang perokok membuat seseorang awalnya hanya ingin tahu akhirnya menjadi pecandu.

8) Motto Klasik  
Adanya motto klasik yang dianut setiap perokok. Motto perokok yang mempengaruhi seseorang yang tidak merokok menjadi perokok. Motto yang menjadi panutan setiap perokok adalah “Merokok mati, gak merokok juga mati”.

Fakta-fakta mengenai efek buruk merokok sudah jelas: 1 dari 10 orang dewasa meninggal akibat penyakit yang berkaitan dengan rokok. Sekitar 5 juta per tahun jumlahnya. Itu data menurut WHO. Larangan-larangan merokok sudah

dikeluarkan oleh pemerintah di berbagai belahan dunia. Pajak untuk rokok dan produk tembakau lain sudah ditinggikan. Tetapi, kenapa orang tetap merokok? Godaan merokok sudah hadir sejak seseorang masih muda. Tekanan dari teman-teman adalah salah satu penyebab utama. Di Kanada, 70 persen anak-anak yang merokok mengaku terpengaruh oleh teman-teman mereka yang sudah merokok lebih dulu. Anak-anak muda itu merasa mendapat "penghargaan sosial" ketika mereka merokok. "Ada perasaan diterima di komunitas saat mereka bertanya, 'boleh minta api?'," demikian ungkap sebuah penelitian oleh Teen Drug Abuse. Selain itu, ada juga tingkah laku anak muda yang senang dengan kegiatan berisiko tinggi.

Orang tua juga memiliki pengaruh pada anak-anak dalam hal merokok, khususnya orang tua perokok. Beberapa penelitian--meskipun mungkin sebetulnya sudah jelas--membuktikan bahwa anak-anak dari orang tua perokok lebih besar kemungkinannya untuk mengisap "batang tembakau" ketimbang anak-anak dari orang tua non-perokok. Orang tua non-perokok juga bisa dianggap bersalah ketika membiarkan anak-anak mereka menonton film atau video yang menampilkan orang merokok.

Media massa bisa mengaburkan pesan bahaya merokok dengan menampilkan iklan, film, atau media lain yang menunjukkan kalau merokok itu keren, bagian dari gaya, bahkan menyiratkan pesan bahwa merokok itu baik bagi kesehatan. Belum lagi ada anggapan bahwa rokok ringan dengan embel-embel "light" atau "mild" memiliki tingkat bahaya yang rendah. Sebuah penelitian yang dilaporkan dalam jurnal *Addiction* menyebutkan kalau 1 dari 5 perokok

menganggap merek tertentu lebih aman daripada merek lain. Science Daily menyebutkan bahwa rokok, dengan dan tanpa klaim ringan, memiliki bahaya yang sama.

Beberapa studi menghubungkan kecanduan, termasuk kecanduan nikotin, dengan genetika. Tetapi hal ini masih harus didukung oleh faktor lain, seperti lingkungan, sosial, dan kesehatan. Alasan lain bagi orang untuk merokok adalah alasan medis. Memang tidak ada dokter yang menyarankan orang untuk merokok, tetapi bagi beberapa penderita depresi, merokok adalah obat bagi mereka untuk mengurangi ketegangan. Nikotin melepaskan senyawa tertentu ke dalam system saraf dan menciptakan efek tenang.

### **c. Perokok Aktif dan Perokok Pasif**

#### **1) Perokok Aktif**

Perokok Aktif adalah orang yang mengisap rokok secara langsung. Perokok Aktif adalah seseorang yang dengan sengaja menghisap lintingan atau gulungan tembakau yang dibungkus biasanya dengan kertas, daun, dan kulit jagung. Secara langsung mereka juga menghirup asap rokok yang mereka hembuskan dari mulut mereka. Tujuan mereka merokok pada umumnya adalah untuk menghangatkan badan mereka dari suhu yang dingin. Tapi seiring perjalanan waktu pemanfaatan rokok disalah artikan, sekarang rokok dianggap sebagai suatu sarana untuk pembuktian jati diri bahwa mereka yang merokok adalah "keren".

Pada perokok aktif, merokok dapat meningkatkan risiko terkena penyakit jantung, meningkatkan kadar kolesterol dalam darah, tekanan darah tinggi dan diabetes. Selain menurunkan risiko terkena serangan jantung, menghentikan

kebiasaan merokok juga dapat mengurangi risiko terkena penyakit jantung koroner.

## 2) Perokok pasif

Perokok Pasif merupakan seorang penghirup asap rokok dari orang yang sedang merokok. Ini biasanya karena orang tersebut berada disekitar perokok, atau pun sebaliknya seorang perokok aktif yang berada disekitar orang-orang yang tidak merokok. Akibatnya lebih berbahaya dibandingkan perokok aktif. Bahkan bahaya yang harus ditanggung perokok pasif tiga kali lipat dari bahaya perokok aktif. dr. Widyastuti Soerojo dari Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (IAKMI) mengatakan, sebanyak 25 persen zat berbahaya yang terkandung dalam rokok masuk ke tubuh perokok, sedangkan 75 persennya beredar di udara bebas yang berisiko masuk ke tubuh orang di sekelilingnya.

Konsentrasi zat berbahaya di dalam tubuh perokok pasif lebih besar karena racun yang terhisap melalui asap rokok perokok aktif tidak terfilter. Sedangkan racun rokok dalam tubuh perokok aktif terfilter melalui ujung rokok yang dihisap. namun konsentrasi racun perokok aktif bisa meningkat jika perokok aktif kembali menghirup asap rokok yang ia hembuskan. Racun rokok terbesar dihasilkan oleh asap yang mengepul dari ujung rokok yang sedang tak dihisap. Sebab asap yang dihasilkan berasal dari pembakaran tembakau yang tidak sempurna.

### **d. Bahan-Bahan Rokok yang Berbahaya Bagi Kesehatan**

Setiap batang rokok mengandung lebih dari 4000 jenis bahan kimia berbahaya bagi tubuh. Empat ratus diantaranya bisa berefek racun, sedangkan 40

diantaranya bisa mengakibatkan kanker. Ini adalah sebagian dari contoh-contohnya:

- a. Nikotin
  - b. Karbon monoksida (CO)
  - c. Tar
  - d. DDT (Dikloro Difenil Trikloroetana)
  - e. Aseton
  - f. Formaldehid
  - g. Kadmium
  - h. Arsenik
  - i. Ammonia
  - j. Polonium-210
  - k. Hidrogen sianida
- e. Rokok Jika Di Pandang Dari Beberapa Aspek**

1. Rokok dipandang dari aspek bisnis

Banyak iklan rokok yang di tawarkan baik di media cetak atau media elektronik dengan berbagai wadah yang elegan, dan berbagai komposisi yang di berikan. Iklan rokok ini mendapat perhatian khusus dari masyarakat terutama para remaja, karena rokok merupakan hal yang sensitif. Perusahaan dan pembuat iklan mau tidak mau keluar dari kebiasaan iklan yang konservatif, dengan menggunakan strategi kreatif tertentu agar iklan rokok tetap dapat diterima di masyarakat. Iklan rokok berusaha mendekati target audience sebagai rokok yang peduli kesehatan dengan menawarkan rokok rendah tar dan rendah nikotin atau

*low tar low nicotine* dengan mangsa pasar mayoritasnya adalah mahasiswa, sehingga tidak jarang pula mereka terlibat langsung dan menjadi sponsor dalam acara-acara yang diadakan oleh mahasiswa dalam dunia kampus.

Selain itu dibahas mengenai daya tarik iklan, dan gaya pesan iklan yang terlihat jelas sehingga terungkap strategi kreatif yang digunakan masing-masing iklan rokok mild. Masing-masing iklan rokok mild berusaha mempengaruhi khalayak secara emosional (psikologis). Tanda yang digunakan dalam iklan rokok mild adalah tanda palsu atau *pseudo sign* (rekayasa tanda dan makna). Kode yang dominan digunakan dalam iklan rokok mild adalah kode hermeneutik, proairetik, dan kultural.

Selain itu dalam penampilan setiap iklan rokok di media elektronik tidak pernah ditampilkan seseorang yang sedang mengonsumsi rokok tersebut, bahkan iklan rokok selalu berkaitan dengan kegiatan yang berbau olahraga. Sangat berbanding terbalik terhadap efek yang ditimbulkan oleh rokok itu sendiri. Hal ini merupakan daya tarik tersendiri dalam segi bisnis.

## 2.. Rokok dipandang dari aspek medis.

Merokok meningkatkan risiko keseluruhan kematian sebesar 70% dibandingkan kepada bukan perokok, dan perokok meninggal 5-8 tahun lebih awal dibandingkan bukan perokok. Merokok adalah satu-satunya factor lingkungan terpenting yang turut memberikan kontribusi terhadap kematian dini di Amerika dan Inggris. Tembakau mengandung nikotin, yang diabsorpsi melalui mukosa mulut masuk ke dalam aliran darah. Kecanduan terjadi akibat penggunaan

yang terus menerus. Tembakau meningkatkan risiko kanker mulut dan menyebabkan kerusakan gusi.

Merokok secara langsung berimplikasi sebagai penyakit bronchitis kronis dan emfisema (merupakan penyakit paru obstruktif kronis). Merokok juga merupakan kontributor penting pada penyakit kanker paru terutama karsinoma skuamosa dan karsinoma sel kecil yang tidak terdiferensiasi. Juga berkaitan dengan insidensi beberapa kanker lain, khususnya kandung kemih, rongga mulut, laring, dan oesophagus. Merokok juga merupakan faktor risiko utama berkembangnya penyakit vaskuler aterosklerotik, yang dapat menyebabkan penyakit jantung iskemik dan penyakit serebrovaskuler (seperti stroke). Dan masih banyak lagi penyakit yang di timbulkan.

### **B. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Studi penelitian sejenis terdahulu sangat penting bagi peneliti sebagai bahan acuan yang membantu penulis dalam merumuskan asumsi dasar untuk mengembangkan kajian. Tentunya studi terdahulu tersebut harus relevan baik dari konteks penelitian maupun metode penelitian yang digunakan. Penelitian sejenis terdahulu yang dianggap relevan dengan permasalahan yang diteliti penulis yaitu:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Sejenis Terdahulu**

No	Nama/Judul penelitian	Tujuan	Metode	Hasil Penelitian
1.	I Adiyatama (2016) Pengaruh Pesan Gambar Bahaya Merokok Terhadap Perubahan Perilaku Perokok Effect of Picture	Tujuan dari penelitian adalah (1) untuk mengetahui penyajian format dan isi pesan gambar peringatan bahaya rokok pada bungkus rokok, (2) untuk mengetahui	Kuantitatif	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) format grafis gambar peringatan bahaya merokok pada bungkus rokok sudah baik, pada posisi yang mudah dilihat, ukurannya

	<p>Message Warning Against Smoking Behaviour Change Smoker</p>	<p>efek kognitif, afektif, dan behavioral pesan gambar peringatan bahaya merokok yang terdapat pada bungkus rokok, dan (3) untuk mengetahui besarnya pengaruh pesan gambar peringatan bahaya rokok pada bungkus rokok terhadap perilaku perokok.</p>	<p>proporsional, tulisannya menjelaskan gambar yang ditampilkan serta penggunaan warna yang sesuai. Isi pesan gambar bahaya merokok rasional dan secara moral tidak baik, bagi kesehatan maupun lingkungan. (2) efek kognitif peringatan bahaya merokok belum mampu menumbuhkan kesadaran akan bahaya merokok, walaupun dipahami bahwa merokok berbahaya bagi kesehatan. Efek afektif peringatan bahaya merokok belum mampu menumbuhkan rasa takut dan perasaan terancam. Efek behavioral peringatan bahaya merokok belum mampu menyebabkan orang 68  I Adiyatama, U Suryatna, AA Kusumadinata Perilaku Perokok menghindari rokok, berhenti merokok dan menghindari pergaulan dengan orang-orang perokok. (3) Pesan tulisan dan gambar peringatan bahaya merokok pada bungkus rokok berpengaruh nyata terhadap perubahan perilaku perokok sebesar 25%. Karena pengaruh pesan gambar peringatan bahaya merokok pada bungkus rokok relative kecil kontribusinya terhadap perubahan perilaku perokok, maka</p>
--	--	--	---

Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

				untuk mengubah perilaku merokok, himbauan pesan bahaya merokok perlu diikuti dengan kebijakan lain yang membatasi ruang gerak perokok, sehingga dapat mengurangi kesempatan untuk melakukan kegiatan merokok.
2.	Hanafi (2018) persepsi perokok aktif terhadap pesan bahaya Merokok dalam kemasan rokok (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Semester Lima UIN-SU)	Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana persepsi perokok melihat pesan bahaya merokok.	Kualitatif	Hasil persepsi mahasiswa jurusan KPI UIN-SU tentang pesan bahaya merokok bisa dibilang cukup mendukung dengan upaya pemerintah untuk mengurangi jumlah perokok, agar bisa menyadarkan masyarakat tentang bahayanya merokok, namun ada juga persepsi perokok yang mengatakan bahwa pesan bahaya merokok tersebut kurang cukup untuk mengurangi jumlah perokok di Indonesia. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peraturan pemerintah mengenai aturan pencantuman pesan dan peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok tersebut merupakan usaha yang bagus namun kurang efektif untuk membuat perokok aktif dapat mengurangi intensitas merokok bahkan berhenti merokok.

3.	Dyah Istyawati (2014) Persepsi Terhadap Larangan Merokok (Kasus : Perokok Aktif di Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang Prapatan, Kotamadya Jakarta Selatan)	Tujuan penelitian untuk : 1) Mendapat gambaran mengenai persepsi perokok aktif terhadap peraturan larangan merokok; 2) Mengkaji faktor-faktor yang memiliki hubungan dengan persepsi perokok aktif terhadap peraturan larangan merokok; 3) Mengkaji hubungan antara persepsi perokok aktif terhadap peraturan larangan merokok dengan implementasi (penerapan) perilaku merokok.	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar perokok aktif memiliki persepsi tidak setuju terhadap peraturan larangan merokok karena jumlah denda yang terlalu besar dan ancaman pidana yang terlalu berat. Perokok aktif merasa dengan adanya peraturan larangan merokok ruang lingkup merokok dibatasi karena para perokok jika ingin merokok harus di ruangan khusus merokok.
----	---	--	------------	---

### C. Definisi Operasional

Menurut Singarimbun (1995 : 7) konsep merupakan definisi yang dipakai untuk menggambarkan secara abstrak suatu fenomena sosial atau fenomena alami. Kerangka konsep merupakan kemampuan peneliti menyusun konsep operasional yang bertitik tolak pada kerangka teori dan tujuan penelitian. Dalam kerangka konsep harus dapat menunjukan secara sistematis variabel-variabel penelitian yang menjadi kerangka operasional agar kerangka tersebut dapat diteliti secara empiris, maka harus dioperasionalkan.

1. Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh pengindraan.

Pengindraan disini memaksudkan suatu proses menerima stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indra.

2. Rokok adalah silinder kertas berukuran panjang antara 70 hingga 120 mm (berbeda-beda tiap negara) dengan diameter 10 mm yang berisi daun-daun tembakau yang telah dicacah. Rokok dibakar pada salah satu ujungnya dan dibiarkan membara agar asapnya dapat dihirup lewat mulut pada ujung lainnya.
3. Tahap *Stimulation*, tahap stimulus ini, merupakan tahap responden menerima rangsangan, dimana responden melihat atau tidak peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok.
4. Tahap *Organization*, tahap ini adalah tahap dimana informan setelah melihat adanya rangsangan dapatkan informan tersebut mengorganisasikan berdasarkan tatanan tertentu sesuai dengan rangsangan yang di dapat.
5. *Interpretation* dan *Evaluation*, tahap ini merupakan tahap dimana informan membuat penafsiran dan evaluasi terhadap stimuli atau rangsangan tersebut.
6. Tahap *Memory*, pada tahap ini, informan setelah menerima stimuli atau rangsangan kemudian terekam oleh memori informan dan mengaitkan berdasarkan pengalaman masa lalu atau berdasarkan pengetahuan responden.
7. Tahap *Recall*, tahap ini merupakan tahap akhir dimana mahasiswa sebagai informan setelah menerima rangsangan atau stimuli dan telah di rekam dalam memori sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan kemudian diungkapkan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Adapun metode penelitian pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian berdasarkan fakta yang tampak sebagaimana Nawawi, (2003:63). Dalam penelitian kualitatif dilakukan pengumpulan data yang dibutuhkan. Setelah data-data dikumpulkan maka, peneliti menganalisa secara kualitatif. Analisa kualitatif adalah analisa yang tidak menggunakan matematis, model statistik, ekonometrik, atau model-model tertentu lainnya melainkan berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya Hasan, (2002:100). Alasan penelitian menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini menggunakan sumber informan yang berguna untuk perolehan data yang dibutuhkan.

#### B. Subjek dan Objek Penelitian

##### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini yaitu masyarakat Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Terkait pemilihan informan yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana peneliti cenderung memilih informasi yang dianggap tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap dan mengetahui masalah secara mendalam.

## 2. Objek Penelitian

Adapun objek dari penelitian ini yaitu persepsi perokok aktif dalam menganggapi himbauan peringatan pada iklan bahaya rokok (Studi pada masyarakat Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru).

## C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun tempat dari penelitian yang akan dilakukan adalah di Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.1. Jadwal Kegiatan Penelitian**

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU KE																KET
		Mei				Juni				Juli				Agustus				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Persiapan dan Penyusunan UP	X	X	X														
2	Seminar UP				X	X												
3	Riset						X	X										
4	Peneliti Lapangan								X									
5	Pengolahan Dan Analisis Data									X								
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi											X	X	X				
7	Ujian Skripsi														X			
8	Revisi Dan Pengesahan Skripsi															X		



diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. (Daymon 2008:258)

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dalam bentuk *interview*, dengan ini peneliti dapat memberi gambaran tentang subjek dalam mendefinisikan diri sendiri, lingkungan, tekanan situasi dan strategi manajemen yang diterapkan serta masalah-masalah yang dihadapi pada saat menjalankan manajemen tersebut yang dilakukan dengan masyarakat dengan kegunaan untuk mencapai hasil penelitian yang diharapkan. Dalam wawancara ini menggunakan format terbuka, dalam arti memberi kesempatan kepada informan untuk memberi jawaban sesuai dengan pemikiran mereka.

## 2. Observasi

Suatu pengamatan terhadap objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Apapun metode yang akan dipakai, dalam segala situasi akan selalu memperhatikan sesuatu untuk memperoleh bukti lebih banyak yang akan membantu memahami konteks riset. Namun observasi melibatkan pencatatan sistematis etis awal apa yang dilihat di lapangan, (Daymon 2008: 319). Observasi ini dilakukan dengan wawancara dan pengamatan secara langsung di Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru) sehingga dapat mengetahui permasalahan apa saja yang sedang terjadi.

### 3. Dokumentasi

Yaitu dengan mengumpulkan data-data dan fakta-fakta yang termuat dalam dokumen. Dokumentasi dapat berupa catatan pribadi, buku harian, laporan kerja, notulen, rapat, catatan khusus, rekaman kaset, rekaman video, photo dan sebagainya Sukandarrumidi (2004: 101-102). Dokumentasi ini dilakukan pada Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru) untuk bias merekam kejadian saat penelitian melalui foto-foto penelitian terkait pengurusan trayek.

#### **F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Peneliti menggunakan *triangulation analysis* (analisis triangulasi) yaitu menganalisis jawaban subyek penelitian dengan meneliti autentisitasnya berdasarkan data empiris yang ada. Peneliti menjadi fasilitator untuk menguji keabsahan setiap jawaban berdasarkan dokumen atau data lain, serta alasan yang logis. (Kriyantono, 2006:38)

Pada penelitian ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan informan sesuai dengan kondisi lapangan yang menjadi objek penelitian. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

## G. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis ini model yang digunakan yaitu interaktif, inti yang dapat diambil dari analisis interaktif menurut Miles dan Humberman (dalam Mutmainnah 2005:4) yaitu :

### 1. Reduksi data (*data reduction*)

Diartikan sebagai proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transportasi data “kasar” yang muncul dari data-data tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian. Reduksi data merupakan suatu bentuk data analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data.

### 2. Penyajian data (*data display*)

Diartikan sebagai sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, peneliti dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman tentang penyajian data.

### 3. Membuat kesimpulan / *verifikasi*

Kesimpulan yang akan diambil akan ditangani secara longgar dan tetap terbuka sebagai kesimpulan yang semula belum jelas kemudian akan meningkat menjadi lebih rinci, mengakar dan kokoh. Kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian ini berlangsung dengan maksud untuk menguji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya yang merupakan validitasnya. Model analisis interaktif ini sengaja dipilih dan bukannya model analisa linear yang dipilih disebabkan oleh sifat dari model analisis interaktif dan memungkinkan

pengulangan dalam menggali data dilapangan apabila terjadi kekurangan dalam reduksi dan penyajian data. Adapun tujuannya adalah untuk lebih memperdalam proses analisi suatu data. Hal ini berbeda dengan model linear yang menggali datanya hanya bersifat sekali dan tidak bersifat siklus seperti halnya model analisis interaktif.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Wilayah Kecamatan Bukitraya

##### 1. Kondisi Geografis (Letak dan Luas)

Kecamatan Bukitraya secara geografis terletak antara  $101^{\circ}14'$  -  $101^{\circ}34'$  Bujur Timur dan  $0^{\circ}25'$  -  $0^{\circ}45'$  Lintang Utara, dengan ketinggian berkisar 5-50 meter dari permukaan laut. Kecamatan Bukitraya dialiri oleh aliran anak sungai sail dan anak sungai sail gobah yang menuju sungai Siak (BPS Pekanbaru, 2019).

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 03 tahun 2003, Kecamatan Bukitraya berbatasan langsung dengan daerah kabupaten Kampar serta kecamatan sebagai berikut:

- Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Sail;
- Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar;
- Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Marpoyan Damai
- Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Tenayan Raya

Kecamatan Bukitraya juga merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kota Pekanbaru yang terdiri atas 4 (empat) kelurahan, 56 Rukun Warga (RW), dan 234 Rukun Tetangga (RT). Luas Kecamatan Bukitraya adalah 22.05 Km<sup>2</sup>. Berikut dapat dilihat kecamatan beserta luasnya di Kota Pekanbaru :

**Tabel 4.1. Luas Wilayah Kota Pekanbaru Menurut Kecamatan**

No	Kecamatan	Luas (km <sup>2</sup> )	Persentase (%)
1	Pekanbaru Kota	2,26	0,36
2	Sail	3,26	0,52
3	Sukajadi	3,76	0,59
4	Lima Puluh	4,04	0,64
5	Senapelan	6,65	1,05
6	Bukit Raya	22,05	3,49
7	Marpoyan Damai	29,74	4,70
8	Payung Sekaki	43,24	6,84
9	Tampan	59,81	9,46
10	Rumbai	128,85	20,38
11	Rumbai Pesisir	157,33	24,88
12	Tenayan Raya	171,27	27,09
<b>Jumlah</b>		<b>632,26</b>	<b>100,00</b>

Sumber : BPS Kota Pekanbaru, 2019

## 2. Kondisi Demografi

### a) Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk di Kecamatan Bukitraya per Agustus tahun 2014 berjumlah 86.106 jiwa.

### b) Komposisi Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Pengklasifikasian penduduk Kecamatan Bukitraya berdasarkan jenis kelamin dapat kita temukan bahwa jumlah penduduk Kecamatan Bukitraya yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 44.002 jiwa dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 42.104 jiwa, artinya jumlah penduduk yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 1.898 jiwa.

### c) Komposisi Penduduk Menurut Struktur Usia

Untuk menunjang lajunya pertumbuhan perekonomian Kecamatan Bukitraya, maka Kecamatan Bukitraya harus memiliki jumlah penduduk angkatan kerja yang ideal dan produktif.

#### **d) Komposisi Penduduk Menurut Pekerjaan**

Data kependudukan Kecamatan Bukitraya berdasarkan usia diperlukan untuk melihat seberapa besar penduduk kecamatan yang tergolong angkatan kerja. Dari data ini selanjutnya langkah kita adalah bagaimana mengetahui data kependudukan berdasarkan status pekerjaan. Data ini sangat diperlukan untuk melihat tinggi rendahnya angka pengangguran di Kecamatan Bukitraya. Berdasarkan data yang ada jumlah penduduk Kecamatan Bukitraya yang sudah memiliki pekerjaan sebanyak 32.290 jiwa, yang mencari pekerjaan sebanyak 6.606 jiwa yang sedang menempuh dunia pendidikan sebanyak 16.643 jiwa.

#### **e) Komposisi Penduduk Menurut Pendidikan**

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan arah pembangunan suatu daerah, karena pendidikan mempengaruhi pola pikir penduduk suatu daerah. Semakin maju pendidikan berarti akan membawa berbagai pengaruh positif bagi masa depan berbagai bidang kehidupan. Sektor pendidikan merupakan salah satu urusan wajib dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Pekanbaru.

#### **f) Kesehatan**

Untuk menambah daya tarik bagi masyarakat Kota Pekanbaru, Kecamatan Bukitraya juga memiliki fasilitas kesehatan yang jumlah juga sangat ideal untuk memberikan pelayanan kesehatan bagi masyarakat seputaran kecamatan Bukitraya. Bagi pihak Kecamatan Bukitraya khususnya dibawah kepemimpinan Bapak Fiora Helmi, SSTP., M.EC. Dev menitikberatkan bahwa kesehatan merupakan hak asasi manusia. Sehingga sudah menjadi hak untuk setiap individu,

keluarga dan masyarakat untuk mendapatkan pelayanan kesehatan. Untuk itulah Bapak Fiora Helmi, SSTP., M.EC. Dev selalu berkomitmen untuk membantu dan ikut berperan aktif didalam mengelola pelayanan publik di sektor ini, untuk mewujudkan masyarakat Bukitraya yang sehat.

#### **g) Pendidikan**

Menyadari pentingnya dunia pendidikan bagi masyarakat, Camat Bukitraya Bapak Fiona Helmi, SSTP., M.EC.Dev memberikan perhatian lebih terhadap dunia, Hal ini dibuktikan dengan intensitas kunjungan Camat ke sekolah-sekolah secara langsung dan selalu menghadiri kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah sekolah di lingkungan kecamatan Bukitraya Besar harapan pihak Kecamatan adalah untuk memacu pihak-pihak penyelenggara pendidikan untuk tetap akti dan meningkatkan kinerjanya dalam memajukan kualitas dunia pendidikan.

### **B. Hasil Penelitian Persepsi Perokok Aktif Dalam Menganggapi Himbauan Peringat Pada Iklan Bahaya Rokok (Studi pada masyarakat Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru)**

#### **1. Profil Informan**

Adapun informan dalam penelitian ini adalah :

- |              |                |
|--------------|----------------|
| a. Nama      | : Alfian Hadi  |
| Umur         | : 21 Tahun     |
| Lama Merokok | : 4 Tahun      |
| b. Nama      | : Naeron Aryaf |
| Umur         | : 22 Tahun     |
| Lama Merokok | : 5 Tahun      |

c. Nama : Ahmad Yusuf

Umur : 21 Tahun

Lama Merokok : 4 Tahun

d. Nama : Adi Pratikno

Umur : 21 Tahun

Lama Merokok : 3 Tahun

e. Nama : Muhammad Jdirin

Umur : 24 Tahun

Lama Merokok : 4 Tahun

f. Nama : Nahwan Sultoni

Umur : 28 Tahun

Lama Merokok : 8 Tahun

g. Nama : Wanda Hermawan

Umur : 25 Tahun

Lama Merokok : 5 Tahun

**2. Tahap Persepsi Perokok Aktif Dalam Menganggapi Himbauan Peringat Pada Iklan Bahaya Rokok (Studi pada masyarakat Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru)**

Sebuah proses pada individu yang dapat mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensorik melalui penguasaan panca indera sehingga dapat mempengaruhi beberapa faktor dalam proses berfikir dan belajar, hal ini juga disebut sebagai konsep persepsi. Tidak dapat dipungkiri bahwasannya persepsi mampu mempengaruhi suatu objek. Misalnya pada penelitian ini, objeknya adalah kemasan rokok yang berlabel peringatan bahaya merokok.

Dalam kehidupan sehari-hari rokok hampir bisa dikatakan sebagai kebutuhan pokok bagi masyarakat Indonesia. Walaupun tidak semua masyarakat Indonesia mengkonsumsi rokok namun, tidak bisa dipungkiri Indonesia adalah salah satu Negara dengan konsumsi rokok terbesar di dunia. Dampak negatif dari rokok sendiri pun sangat banyak bukan bagi perokok saja, tapi bagi orang berada disekitar perokok itu sendiri. Oleh dari sebab itu di keluarkan nya peranturan pemerintah mengenai pemasangan label bahaya merokok di setiap kemasan rokok di segala merk.

Mencantumkan peringatan bahaya merokok pada setiap bungkus rokok dianggap perlu untuk memberi kesempatan pada calon pembeli agar menimbang-nimbang, apakah ia akan membeli barang yang jelas-jelas berbahaya bagi dirinya. Tulisan peringatan itu bervariasi dari yang paling sederhana, yang hanya menuliskan “merokok berbahaya bagi kesehatan” sampai ke tulisan yang lebih rinci “merokok dapat menyebabkan kanker paru, bronkitis kronik, penyakit jantung koroner dan gangguan pada janin dalam kandungan”.

Peraturan pemerintah indonesia nomor 19 tahun 2003 tentang pengamanan rokok bagi kesehatan menyebutkan, peringatan rokok adalah setiap keterangan mengenai rokok yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada rokok, dimasukan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan rokok.

Berikut dapat dilihat penjelasan dari hasil penelitian dan wawancara yang peneliti lakukan dalam persepsi perokok aktif dalam menganggapi himbauan peringat pada iklan bahaya rokok :

### 1) Tahap *Stimulation*

Tahap *stimulus* ini, merupakan tahap responden menerima rangsangan, dimana responden melihat atau tidak peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok. Berdasarkan wawancara terstruktur yang peneliti lakukan dengan bentuk pertanyaan mengenai apakah mahasiswa melihat adanya peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok atau tidak melihat sama sekali adanya peringatan tersebut.

Dengan bentuk pertanyaan apakah anda mengetahui adanya peringatan bahaya merokok dikemasan rokok. Informan pertama Alfian Adi menjawab,

“ya, saya mengetahui adanya peringatan bahaya merokok bahkan peringatan tersebut sangat terlihat dengan jelas dalam kemasan rokok. Faktor yang mempengaruhi saya untuk merokok itu awalnya ikut-ikutan, karena disekeliling dan lingkungan teman-teman juga pada merokok. Dulu sebenarnya sempat batuk-batuk dan susah juga untuk merokok, lama kelamaan jadi terbiasa dan kecanduan, malah ternyata untuk berhenti merokok lebih sulit dari belajar merokok” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019).

Kemudian pertanyaan selanjutnya mengenai makna dari adanya peringatan tersebut, dengan bentuk pertanyaan apa makna yang anda tangkap dari adanya peringatan bahaya merokok dikemasan rokok, Alfian Adi menjawab:

“Makna peringatan bahaya merokok tersebut adalah bahwa peringatan tersebut menjelaskan mengkonsumsi rokok sebenarnya tidak baik untuk kesehatan dan dapat menimbulkan berbagai macam penyakit seperti tertera dalam peringatan tersebut dalam kemasan.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Selanjutnya wawancara dilanjutkan dengan Naeron Aryaf yang memberikan informasi tentang apakah mengetahui adanya peringatan bahaya merokok dikemasan rokok, dengan jawaban,

“ya, saya melihat peringatan tersebut dalam kemasan rokok. Pertama kali merokok awal nya tawaran dari teman, dan lama-kelamaan akhirnya jadi ketergantungan karena rokok membuat saya lebih santai dan menghilangkan suntuk” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019).

Kemudian pertanyaan selanjutnya apa makna yang ditangkap dari adanya peringatan tersebut dalam kemasan rokok, dengan jawaban:

“Menurut saya makna peringatan tersebut untuk menginformasikan kepada khalayak bahwa merokok dapat menyebabkan berbagai banyak penyakit seperti kanker, paru-paru, serangan jantung dan gangguan kehamilan dan janin pada wanita.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Selanjutnya wawancara kepada informan ketiga Ardi Pratikno, yang menginformasikan tentang apakah mengetahui peringatan bahaya merokok dikemasan rokok, dengan jawaban,

“ya saya melihat peringatan bahaya merokok dikemasan rokok. Dari pergaulan dan agar lebih percaya diri, karena setiap remaja di daerah saya merokok. menurut saya itu hanya himbauan dan agar produksi rokok tetap berjalan tanpa harus menutup pabrik rokok, atau dengan kata lain sebagai syarat rokok bisa di pasarkan. Jadi penikmat rokok tidak akan bisa menyalahkan pembuat rokok karena setiap pabrik rokok masing-masing sudah membuat peringatan dan dampak jika kita merokok. Dengan kata lain ya salah sendiri, kenapa masih merokok kan sudah di jelaskan bahayanya.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian pertanyaan mengenai makna yang ditangkap dari adanya peringatan bahaya merokok dikemasan rokok, dengan jawaban:

“Menurut saya, makna peringatan bahaya merokok dikemasan rokok tersebut yaitu memberitahu kepada khalayak bahwa merokok itu tidak baik bagi kesehatan karena dapat menyebabkan banyak penyakit akibat rokok seperti tertera dalam kemasan rokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Selanjutnya hasil wawancara kepada informan keempat Ahmad Yusuf, yang menyatakan tentang apakah mengetahui peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok.

“ya, saya melihat peringatan bahaya merokok tersebut dalam kemasan rokok. Penasaran dan ingin tahu bagaimana rasanya merokok. Awalnya memang sekedar coba-coba, tetapi kemudian menjadi pecandu membuat seseorang awalnya hanya ingin tahu akhirnya menjadi pecandu. Penyebab saya merokok itu awalnya karena abang saya merokok. Akhirnya saya penasaran dan mulai mencoba. Sampai akhirnya bertemu dengan pergaulan yang hampir setiap individunya juga merokok. Akhirnya berlanjutlah sampai sekarang”. (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian pertanyaan mengenai makna yang ditangkap dari adanya peringatan tersebut, ahmad menjawab:

“Menurut saya, makna dari adanya peringatan bahaya merokok dikemasan rokok adalah bahwa merokok itu tidak baik bagi kesehatan karena dapat menyebabkan banyak penyakit yang berbahaya.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Selanjutnya hasil wawancara kepada informan kelima Muhammad Jdirin, yang menyatakan tentang apakah mengetahui peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok. Jdirin menjawab.

“ya saya melihat peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok. Penyebab saya merokok sendiri itu sebenarnya berawal dari kumpul dengan teman dan mencoba untuk mencicipi, setelah di coba gak berapa lama saya terbiasa dan saya rasa merokok dapat menghilangkan suntuk dan ngantuk”. (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya mengenai makna yang bisa ditangkap dari adanya peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok, Jdirin menjawab:

“Makna yang saya tangkap dari adanya peringatan bahaya merokok tersebut adalah bahwa merokok dapat menyebabkan penyakit berbahaya seperti kanker, paru-paru, serangan jantung dan gangguan kehamilan pada wanita.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

## **2) Tahap *Organization***

Tahap ini adalah tahap dimana informan setelah melihat adanya rangsangan dapatkah informan tersebut mengorganisasikan berdasarkan tatanan tertentu sesuai dengan rangsangan yang di dapat.

Hasil wawancara dengan informan pertama Alfian Adi, mengenai apa harapan dari pihak pecantum peringatan tersebut di setiap kemasan rokok, Alfian menjawab,

“menurut saya harapan dari pihak pecantum adalah agar para perokok berhenti merokok. Manfaat dari pesan dan peringatan bahaya merokok di setiap kemasan tersebut adalah untuk menyadarkan dan mengingatkan agar masyarakat khususnya perokok aktif tahu dan menyadari bahayanya mengkonsumsi rokok oleh karena itu lah pesan tersebut sebenarnya sangat bermanfaat bagi masyarakat, namun individu nya sendiri yang kurang kesadaran apa arti kesehatan.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian pertanyaan mengenai apakah mempertimbangkan untuk berhenti merokok setelah melihat adanya peringatan tersebut. Alfian menjawab,

“saya tidak mempertimbangkan untuk berhenti merokok. Yang mempengaruhi saya untuk merokok pertama kali adalah ikut-ikutan karena penasaran melihat teman sering merokok, jadi coba-coba dan akhirnya ketagihan.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah dalam melakukan kebiasaan merokok dilakukan secara reflek. Alfian menjawab,

“ya, saya reflek dalam melakukan kebiasaan rokok begitu saja.”

Kemudian hasil wawancara dengan informan kedua Naeron Aryaf, mengenai apa harapan dari pihak pecantum peringatan tersebut di setiap kemasan rokok. Naeron menjawab,

“menurut saya harapan dari pihak pecantum adalah agar para perokok berhenti merokok. sebenarnya itu kembali ke individu nya masing-masing. Kalo menurut saya sih manfaat nya belum ada karena penjualan rokok masih relative tinggi.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian pertanyaan mengenai apakah mempertimbangkan untuk berhenti merokok setelah melihat adanya peringatan tersebut. Naeron menjawab,

“saya tidak mempertimbangkan berhenti merokok. Masih seperti yang dulu, belum ada pengurangan merokok, kadang-kadang saya memang

mengurangi konsumsi saat saya sakit, namun setelah sehat saya masih kembali merokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah dalam melakukan kebiasaan merokok dilakukan secara refleksi.

“ya, saya refleksi melakukan kebiasaan merokok setiap hari. Kalau intensitas saya merokok sih awal melihat pesan tersebut saya berpikir takut juga dan mulai mengurangi konsumsi rokok saya perhari, namun lama kelamaan karena sudah terlalu sering melihat nya saya merasa biasa saja.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian hasil wawancara dengan informan ketiga Ardi Pratikno, mengenai apa harapan dari pihak pecandu peringatan tersebut di setiap kemasan rokok. Ardi menjawab,

“menurut saya harapan dari pihak pecandu adalah agar para perokok berhenti merokok. Menurut saya tidak ada kelemahan, hanya saja individu nya saja yang tidak takut atau kurang menyadari akan bahaya merokok tersebut. Saya sendiri saja bisa mengurangi jumlah konsumsi rokok nya perhari karena sedikit banyak sadar setelah melihat pesan tersebut.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian pertanyaan mengenai apakah mempertimbangkan untuk berhenti merokok setelah melihat adanya peringatan tersebut. Ardi menjawab,

“saya tidak pernah mempertimbangkan untuk berhenti merokok. Penasaran dan ingin tahu bagaimana rasanya merokok. Awalnya memang sekedar coba-coba, tetapi kemudian menjadi pecandu membuat seseorang awalnya hanya ingin tahu akhirnya menjadi pecandu.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah dalam melakukan kebiasaan merokok dilakukan secara refleksi.

“ya, saya refleksi melakukan kebiasaan merokok saya. Kalau intensitas saya merokok setelah melihat pesan tersebut tidak ada pengurangan dan juga tidak ada peningkatan, menurut saya mungkin karena saya telah lama mengkonsumsi nya dan sudah candu.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian hasil wawancara dengan informan keempat Ahmad Yusuf, mengenai apa harapan dari pihak pecantum peringatan tersebut di setiap kemasan rokok. Ahmad menjawab,

“menurut saya harapan dari pihak pecantum adalah agar perokok berhenti merokok. Menurut saya usaha yang harus dilakukan bukan hanya dari pemerintah saja, namun juga pada semua masyarakat. Jadi semua yang berkaitan dengan rokok jangan pernah terlihat oleh anak-anak. Karena masyarakat yang sudah terlanjur merokok sulit untuk berhenti, tapi yang belum pernah merokoklah yang diberi pemahaman tentang bahayanya merokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian pertanyaan mengenai apakah mempertimbangkan untuk berhenti merokok setelah melihat adanya peringatan tersebut. Ahmad menjawab,

“saya tidak pernah mempertimbangkan untuk berhenti merokok. Kalo kebenaran dari pesan bahaya merokok itu saya percaya, karena secara nalar kita asap itu adalah karbon dioksida yang jelas-jelas beracun dan pasti menyebabkan berbagai penyakit jika kita menghirup dan dengan sengaja memasukkannya kedalam paru-paru kita” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah dalam melakukan kebiasaan merokok dilakukan secara reflek.

“ya, saya reflek dalam melakukan kebiasaan merokok. Penyebab saya merokok sendiri itu sebenarnya berawal dari kumpul dengan teman dan mencoba untuk mencicipi, setelah di coba gak berapa lama saya terbiasa dan saya rasa merokok dapat menghilangkan suntuk dan ngantuk.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian hasil wawancara dengan informan kelima Muhammad Jdirin, mengenai apa harapan dari pihak pecantum peringatan tersebut di setiap kemasan rokok. Jdirin menjawab,

“menurut saya harapan dari pihak pecantum adalah agar perokok berhenti merokok. Agar semua perokok mulai berhenti untuk merokok, karena merokok sangatlah bahaya untuk tubuh, dan kehamilan bagi perempuan, tetapi pesan dan manfaat itu juga belum terlihat karena sudah tercandunya

orang orang malah bertambah banyak pula yang mulai merokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian pertanyaan mengenai apakah mempertimbangkan untuk berhenti merokok setelah melihat adanya peringatan tersebut. Jdirin menjawab,

“saya tidak pernah mempertimbangkan untuk berhenti merokok. Menurut saya gambar tidak ilfil pada kemasan rokok sehingga hal tersebut bias ditutup dengan cara membalikan kemasan tersebut, dan sebenarnya tidak efektif membuat pesan dalam kemasan, karena kebanyakan kemasan rokok di simpan dalam kantong dan bukan di liat2 sehingga tidak memberikan dampak apa-apa untuk perokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah dalam melakukan kebiasaan merokok dilakukan secara reflek.

“ya, saya reflek dalam melakukan kebiasaan merokok, Yang saya rasakan pribadi, melihat pesan bahaya merokok pada kemasan rokok membuat saya merasakan takut, namun entah kenapa rasa takut itu hanya datang beberapa saat. Sehingga ketika rasa takut hilang saya kembali berani mengkonsumsi rokok. Jadi intensitas merokok saya tetap, tidak terpengaruh untuk mengurangi konsumsi rokok dan tidak juga meningkat.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

### **3) Interpretation dan Evaluation**

Tahap ini merupakan tahap dimana informan membuat penafsiran dan evaluasi terhadap stimuli atau rangsangan tersebut. Hasil wawancara dengan informan pertama Alfian Adi, mengenai Mbagaimana pengetahuan yang anda ketahui tentang bahaya penyakit akibat merokok pada kemasan tersebut, Alfian menjawab:

“Menurut saya peringatan tersebut tidak benar, karena selama saya melakukan kebiasaan merokok tidak pernah mengalami penyakit yang berbahaya seperti dalam peringatan tersebut.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya adalah mengenai apakah takut dengan adanya gambar-gambar bentuk menyakit yang diakibatkan oleh kebiasaan merokok yang tertera dalam setiap kemasan rokok.

“saya tidak takut dengan bentuk gambar penyakit akibat merokok tersebut karena gambar penyakit tersebut terlalu dibuat-buat tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian, hasil wawancara dengan informan kedua Naeron Aryaf, mengenai bagaimana pengetahuan yang anda ketahui tentang bahaya penyakit akibat merokok pada peringatan bahaya merokok pada kemasan tersebut, Naeron menjawab:

“Menurut saya, saya tidak pernah merasakan adanya efek bahaya selama saya merokok, jadi peringatan bahaya merokok yang ada pada setiap kemasan rokok itu tidak benar adanya.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya adalah mengenai apakah takut dengan adanya gambar-gambar bentuk menyakit yang diakibatkan oleh kebiasaan merokok yang tertera dalam setiap kemasan rokok.

“saya tidak takut dengan bentuk gambar penyakit akibat merokok tersebut karena itu hanya mengada-ada tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan ketiga Ardi Pratikno, mengenai bagaimana pengetahuan yang anda ketahui tentang bahaya penyakit akibat merokok pada peringatan bahaya merokok pada kemasan tersebut, Ardi menjawab:

“Menurut saya, peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok terlalu didramatisir, karena efek yang saya rasakan selama mengkonsumsi rokok hanya batuk-batuk kecil yang menurut saya tidak berbahaya.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya adalah mengenai apakah takut dengan adanya gambar-gambar bentuk menyakit yang diakibatkan oleh kebiasaan merokok yang tertera dalam setiap kemasan rokok.

“saya tidak takut dengan bentuk gambar penyakit akibat merokok tersebut karena gambar-gambar penyakit tersebut tidak sesuai dengan efek merokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan keempat Ahmad Yusuf, mengenai bagaimana pengetahuan yang anda ketahui tentang bahaya penyakit akibat merokok pada peringatan bahaya merokok pada kemasan tersebut, Ahmad menjawab:

“Menurut saya, peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok tidak benar adanya dan terlalu dibuat-buat, karena selama saya merokok tidak pernah terjadi penyakit seperti dalam peringatan tersebut.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya adalah mengenai apakah takut dengan adanya gambar-gambar bentuk menyakit yang diakibatkan oleh kebiasaan merokok yang tertera dalam setiap kemasan rokok.

“saya tidak takut dengan bentuk gambar penyakit akibat merokok tersebut karena gambar-gambar penyakit tersebut hanya rekayasa untuk menakut-nakuti para perokok yang belum tentu dirasakan para perokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan kelima Muhammad Jdirin, mengenai bagaimana pengetahuan yang anda ketahui tentang bahaya penyakit akibat merokok pada peringatan bahaya merokok pada kemasan tersebut, Jdirin menjawab:

“Menurut saya, peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok terlalu dibuat-buat tidak sesuai dengan kenyataan, karena bahaya merokok yang saya rasakan hanyalah batuk-batuk saja.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya adalah mengenai apakah takut dengan adanya gambar-gambar bentuk menyakit yang diakibatkan oleh kebiasaan merokok yang tertera dalam setiap kemasan rokok.

“saya tidak takut dengan bentuk gambar penyakit akibat merokok tersebut karena gambar-gambar penyakit tersebut hanya rekayasa untuk menakut-nakuti saja.”

#### **4) Tahap *Memory***

Pada tahap ini, informan setelah menerima stimuli atau rangsangan kemudian terekam oleh memori informan dan mengaitkan berdasarkan pengalaman masa lalu atau berdasarkan pengetahuan responden. Hasil wawancara dengan dengan informan pertama Alfian Adi, mengenai apakah ada efek bahaya yang dirasakan selama merokok.

“saya tidak pernah merasakan efek bahaya dari kebiasaan saya merokok selama ini.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah peringatan bahaya merokok tersebut sesuai dengan efek yang dirasakan selama merokok.

“menurut saya peringatan tersebut tidak sesuai dengan efek yang saya rasakan setelah selama ini merokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian hasil wawancara dengan dengan informan kedua Naeron Aryaf, mengenai apakah ada efek bahaya yang dirasakan selama merokok.

“saya tidak pernah merasakan efek bahaya selama saya mengkonsumsi rokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah peringatan bahaya merokok tersebut sesuai dengan efek yang dirasakan selama merokok.

“menurut saya peringatan tersebut tidak sesuai dengan efek merokok yang saya rasakan. Menurut saya penyebabnya adalah dikarenakan agar perokok

tau bahaya tentang bahayanya isi dalam kandungan rokok karena sudah ada korban seperti penyakit jantung. Menurut saya kebijakan pemerintah mengeluarkan peraturan untuk pemasangan label peringatan bahaya merokok di setiap kemasan rokok sudah tepat, namun kurangnya kesadaran dari masyarakat tentang pentingnya kesehatan membuat mereka tetap merokok walau mereka sudah mengetahui dan menyadari pesan yang tertera di setiap kemasan rokok itu adalah benar.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian, hasil wawancara dengan dengan informan ketiga Ardi Pratikno, mengenai apakah ada efek bahaya yang dirasakan selama merokok.

“saya tidak pernah merasakan efek bahaya merokok seperti peringatan tersebut karena hanya efek batuk dan sesak yang saya rasakan selama merokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah peringatan bahaya merokok tersebut sesuai dengan efek yang dirasakan selama merokok.

“menurut saya peringatan tersebut tidak sesuai dengan efek yang saya rasakan. Pesan tersebut sedikit banyak mempengaruhi saya untuk mengurangi jumlah konsumsinya perhari. Informan ini mengatakan dahulunya bias mengkonsumsi rokok hinggadua bungkus, namun setelah menelaah pesan dan peringatan bahaya merokok tersebut bisa mempengaruhi saya untuk mengurangi jumlah konsumsinya yang sekarang hanya satu bungkus.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian, hasil wawancara dengan dengan informan keempat Ahmad Yusuf, mengenai apakah ada efek bahaya yang dirasakan selama merokok.

“saya tidak pernah merasakan efek bahaya merokok selama merokok. Iya memang benar, tapi kan tidak semua orang merokok seperti itu, masih bias di atasin dengan berbagai macam cara, contohnya olah raga makanan sehat dan banyak minum susu.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah peringatan bahaya merokok tersebut sesuai dengan efek yang dirasakan selama merokok.

“menurut saya peringatan tersebut tidak sesuai dengan efek yang saya rasakan selama merokok. Manfaat pesan tersebut menurut saya tidak ada karena rokok juga tetap di jual di pasaran dengan bebas, bahkan tidak sedikit anak-anak yang saya lihat sudah pandai merokok. Itu artinya

pengawasan penjualan rokok masih sedikit bahkan bisa di bilang tidak ada.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian, hasil wawancara dengan dengan informan kelima Muhammad Jdirin, mengenai apakah ada efek bahaya yang dirasakan selama merokok.

“saya tidak pernah merasakan efek bahaya merokok seperti dalam peringatan tersebut karena efek yang saya rasakan hanyalah batuk saja.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah peringatan bahaya merokok tersebut sesuai dengan efek yang dirasakan selama merokok.

“menurut saya peringatan tersebut tidak sesuai dengan efek yang saya rasakan. kelemahan dan kekurangannya tidak ada, hanya saja pesan bahaya merokok yang tujuannya memperingatkan orang tentang bahaya merokok berbanding terbalik dengan iklan rokok di televisi yang dimana menurut saya, kreatif, anak muda, sporty dan lebih menarik untuk dilihat. Justru seperti mengajak orang untuk merokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

##### **5) Tahap Recall**

Tahap ini merupakan tahap akhir dimana mahasiswa sebagai informan setelah menerima rangsangan atau stimuli dan telah di rekam dalam memori sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan kemudian diungkapkan. Hasil wawancara terhadap informan pertama Alfian Adi, mengenai pemikirannya terhadap peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok.

“menurut saya peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok tersebut terlalu dibuat-buat tidak sesuai dengan realita yang ada.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian, hasil wawancara terhadap informan kedua Naeron Aryaf, mengenai pemikirannya terhadap peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok.

“menurut saya peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok tersebut hanya untuk menakut-nakuti para perokok yang belum tentu dirasakan oleh perokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian, hasil wawancara terhadap informan ketiga Ardi Pratikno, mengenai pemikirannya terhadap peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok.

“menurut saya peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok tersebut terlalu dibuat-buat tidak sesuai dengan kenyataan sehingga saya sebagai perokok tetap saja akan terus merokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian, hasil wawancara terhadap informan keempat Ahmad Yusuf, mengenai pemikirannya terhadap peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok.

“menurut saya peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok tersebut terlalu dibuat-buat tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Manfaat nya pasti untuk memberikan rasa kesadaran akan bahaya merokok kepada para perokok, dan disisi lain untuk memberikan peringatan kepada orang-orang yang merokok agar bisa berhenti mengkonsumsi rokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Kemudian, hasil wawancara terhadap informan kelima Muhammad Jdirin, mengenai pemikirannya terhadap peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok.

“menurut saya peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok tersebut terlalu dibuat-buat dan hanya untuk menakut-nakuti para perokok agar berhenti merokok. Kalo menurut saya, bagi industri produsen rokok di munculkan nya itu agar bea cukai tidak dinaikkan, sementara kalo dari pemerintah sendiri juga agar tidak di salahkan pihak mana pun karena telah memberikan izin penjualan kepada produsen rokok asalkan di cantumkan peringatan bahaya merokok di setiap kemasan rokok.” (wawancara tanggal 05 Agustus 2019)

Dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan seharusnya *no smoking area* di perbanyak di tempat umum karena asap rokok sebenarnya lebih

berbahaya bagi perokok pasif atau orang yang menghirup asap rokok yang di hembuskan dari mulut perokok aktif, dan bisa saja dengan diperbanyak nya *no smoking area* maka perokok aktif akan merasa terganggu dan sedikit demi sedikit bisa mengurangi pecandu rokok. seharusnya penjualan rokok di Indonesia di kurangi atau di batasi agar tidak sebebas seperti saat sekarang ini, contohnya setiap orang dewasa yang ingin merokok hanya bisa membeli rokok paling banyak hanya 1 bungkus, mungkin dengan cara seperti bisa mengurangi perokok aktif di Indonesia.

Dari kesimpulan dan penjabaran persepsi informan pertama bias disimpulkan bahwasannya pesan bahaya merokok itu memang sudah tepat di keluarkan melalui peraturan pemerintah, namun belum maksimal dan seharusnya bisa di tambah dengan cara-cara dan inovasi yang baru, kalau memang ingin mengurangi jumlah perokok atau bahkan menghilangkan sifat buruk masyarakat yang banyak mengkonsumsi rokok.

### **C. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui persepsi perokok aktif dalam menganggapi himbauan peringatan pada iklan bahaya rokok (studi pada masyarakat Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru). Peneliti melakukan wawancara terstruktur yang sudah dibuat beberapa pertanyaan oleh peneliti yang kemudian diberikan kepada informan untuk dijawab. Penelitian dilakukan pada tanggal 26-28 Juli 2019.

Pada penelitian ini, tahapan persepsi meliputi tahap stimulation, organization, interpretation-evaluation, memory dan recall untuk mengetahui

persepsi terhadap peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok. Pada tahap stimulation (rangsangan), semua informan mengetahui dengan jelas adanya label peringatan yang tercantum dikemasan rokok dan perokok dapat memahami makna dari adanya label peringatan tersebut.

Perokok memahami bahwa label tersebut menjelaskan rokok yang mereka konsumsi sebenarnya tidak baik untuk kesehatan dan dapat menimbulkan berbagai macam penyakit. Hal ini dapat disebabkan karena faktor perhatian sangat mempengaruhi persepsi. Sesuai dengan *Kenneth E. Andersen* yang menyatakan bahwa perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau serangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli melemah. Yang berarti peringatan bahaya merokok tersebut sangat menonjol sehingga responden melihat peringatan bahaya merokok tersebut (Rahmat, 2007:52).

Pada dimensi organization, pada tahapan yang kedua, semua informan paham bahwa harapan pencantuman label peringatan tersebut untuk menyadarkan para perokok kalau produk tersebut tidak baik untuk kesehatan sehingga para perokok mengurangi intensitasnya dalam mengkonsumsi rokok dan kalau bisa berhenti. Tetapi semua perokok tetap saja refleks untuk melakukan kebiasaannya merokok setelah mengetahui makna dari label dan harapan dari pencantuman label tersebut.

Pada dimensi interpretation-evaluastion, pengetahuan perokok terhadap label peringatan bahaya merokok tidak lantas membuat para perokok untuk berhenti merokok, mereka tetap mengkonsumsi rokok karena pengalaman mereka menjelaskan bahwa mereka tidak pernah menderita akibat mengkonsumsi rokok.

Selain itu informan juga menyatakan bahwa adanya bentuk gambar-gambar penyakit pada kemasan rokok juga tidak membuat mereka takut, karena mereka beranggapan bahwa gambar-gambar penyakit tersebut hanya mengada-ada dan dibuat-buat tidak sesuai dengan efek merokok yang mereka rasakan.

Pada tahap ini dapat kita kaitkan dengan persepsi menurut Robbins (2012:124) bahwa persepsi sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi individu tersebut. Karakteristik pribadi yang mempengaruhi persepsi meliputi sikap, kepribadian, motif, kepentingan, pengalaman masa lalu dan harapan. Hal ini yang mungkin menyebabkan informan tidak takut dengan adanya peringatan merokok karena karakteristik pribadi individu yang berbeda-beda.

Sesuai dengan wawancara dengan salah seorang yang menjadi sampel mengatakan bahwa dia tidak peduli dengan peringatan bahaya merokok tersebut, karena bahaya merokok yang tertera dalam kemasan rokok tidak sesuai dengan bahaya yang dirasakan oleh individu tersebut. Kemudian informan yang lain mengatakan merokok yang dilakukan disebabkan oleh beberapa hal salah satunya untuk mengurangi stres dan melepas penat.

Dari wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa setiap pribadi individu mempunyai motif, kepentingan, kepribadian dan pengalaman masa lalu dan harapan yang berbeda-beda. Pada tahap *memory*, menurut informan, efek yang dirasakan mereka setelah selama ini merokok tidak sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh label peringatan bahaya merokok yang tertera dikemasannya. Sehingga para perokok berfikir dari pengalaman pribadi dan melihat realitas yang ada bahwa mengkonsumsi rokok tidaklah menyebabkan penyakit seperti

yang dijelaskan dalam label dikemasan. Selain itu hanya efek batuk-batuk dan sesak yang mereka rasakan selama merokok jadi peringatan tersebut tidak sesuai dengan kenyataan.

Hal ini juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi individu sesuai dengan faktor persepsi. Namun dalam dimensi memory ini lebih dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dari pribadi individu tersebut, karena banyak informan yang menyatakan tidak ada efek bahaya selama pengalamannya melakukan kebiasaan merokok. Dan informan juga menyatakan efek yang dirasakan selama merokok juga tidak sesuai dengan efek bahaya merokok yang tertera dalam peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok tersebut.

Pada tahap *recall*, pemikiran individu informan yang menganggap bahwa merokok tidak akan berbahaya bagi mereka, lalu mereka tetap melakukan kebiasaannya merokok. mereka menganggap bahwa peringatan bahaya merokok yang tertera pada kemasan rokok itu hanya menakut-nakuti, dibuat-buat, mengada-ada, dan hanya rekayasa yang tidak sesuai dengan kenyataan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi selama penelitian, peneliti merumuskan kesimpulan bahwa persepsi perokok aktif dalam menganggapi himbauan peringatan pada iklan bahaya rokok (Studi pada masyarakat Jalan Air Dingin 3 RT. 3 RW. 5 Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru) hampir sama atau tidak berbeda-beda, yaitu :

1. Pada tahap stimulation (rangsangan), semua informan mengetahui dengan jelas adanya label peringatan yang tercantum dikemasan rokok dan perokok dapat memahami makna dari adanya label peringatan tersebut. Perokok memahami bahwa label tersebut menjelaskan rokok yang mereka konsumsi sebenarnya tidak baik untuk kesehatan dan dapat menimbulkan berbagai macam penyakit.
2. Pada dimensi organization, semua informan paham bahwa harapan pencantuman label peringatan tersebut untuk menyadarkan para perokok kalau produk tersebut tidak baik untuk kesehatan sehingga para perokok mengurangi intensitasnya dalam mengkonsumsi rokok dan kalau bisa berhenti. Tetapi semua perokok tetap saja refleks untuk melakukan kebiasaannya merokok setelah mengetahui makna dari label dan harapan dari pencantuman label tersebut.

3. Pada dimensi *interpretation-evaluastion*, pengetahuan perokok terhadap label peringatan bahaya merokok tidak lantas membuat para perokok untuk berhenti merokok, mereka tetap mengonsumsi rokok karena pengalaman mereka menjelaskan bahwa mereka tidak pernah menderita akibat mengonsumsi rokok.
4. Pada tahap *memory*, menurut informan, efek yang dirasakan mereka setelah selama ini merokok tidak sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh label peringatan bahaya merokok yang tertera dikemasannya. Sehingga para perokok berfikir dari pengalaman pribadi dan melihat realitas yang ada bahwa mengonsumsi rokok tidaklah menyebabkan penyakit seperti yang dijelaskan dalam label dikemasan. Selain itu hanya efek batuk-batuk dan sesak yang mereka rasakan selama merokok jadi peringatan tersebut tidak sesuai dengan kenyataan.
5. Pada tahap *recall*, pemikiran individu informan yang menganggap bahwa merokok tidak akan berbahaya bagi mereka, lalu mereka tetap melakukan kebiasaannya merokok. mereka menganggap bahwa peringatan bahaya merokok yang tertera pada kemasan rokok itu hanya menakut-nakuti, dibuat-buat, mengada-ada, dan hanya rekayasa yang tidak sesuai dengan kenyataan.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian dan penarikan kesimpulan di atas. Maka peneliti mencatat beberapa saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan:

1. Bagi perusahaan/pemerintah

Bagi pemerintah seharusnya dalam membuat peraturan tentang pencantuman peringatan bahaya merokok jangan setengah-setengah. Indikator-indikator yang harus dipenuhi perusahaan rokok dalam pembuatan label seharusnya dipertimbangkan oleh pemerintah agar tujuan yang diharapkan dari pencantuman peringatan bahaya merokok tersebut dapat terwujud. Kalimat yang diterangkan dalam peringatan harus lebih tegas dan sesuai dengan realita.

2. Bagi peneliti Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan hal lain yang berhubungan dengan pembentukan persepsi konsumen pada sebuah label peringatan atau iklan. Selain itu bisa berpersepsi sebagai penambahan indikator format atau aturan pembuatan label atau iklan dalam tujuan mempersuasif konsumen dalam menanggapi nilai suatu produk dilihat dari label atau iklan yang tercantum didalamnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Budyatna, Muhammad. 2011. Teori Komunikasi Antarpribadi. Jakarta: Kharisma. Putra Utama.
- Bungin, Burhan. 2008, Metode Penelitian Kualitatif,, Jakarta, Predana Mulia.
- Cangara, Hailed. 2006. Pengantar Emu Komunikasi. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2003. Pengantar Ilmu Komunikasi. Edisi 1, Cet 4, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Chaer, Abdul. 2007. Metode Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Devito, Joseph A. 2004. Komunikasi Antarmanusia. Jakarta: Profesional books.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2003 Ilmu Teori dan Filsqfat Komunikasi. Citra Aditya Bakti : Bandung.
- Gitosudarmo, Indriyo dan Agus Mulyono. 2001. Prinsip Dasar Manajemen. Yogyakarta: Kanisius.
- Harahap, Edi dan Ahmad Syarwani. 2016. Komunikasi Antar Pribadi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hardjana, Agus M. 2003, Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta: Kanisius.
- Keputusan Menteri Kehakiman RI Nomor M. 01-PK. 04.01 Tahun 1999 tentang Assimilasi, Pembebasan Bersyarat dan Cuti Menjelang Bebas.
- Keputusan Menteri Kehakiman RI Nomor M. 03-PK.0402 Tahun 1991 tentang Cuti Mengunjungi Keluarga bagi narapidana.
- Kriyantono, Rachmat.2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 2011. Komunikasi Verbal dan Non Verbal, PT. Citra Aditya Bakti,. Bandung.
- Muhammad, Ami. 2009. Komunikasi Organisasi. Jakarta : Bumi Aksara.

- Mulyana, Deddy. 2008. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, J. Lexy. 2010. Metode Penelitian Kualitatif, edisirevisi, cet 21, Remaja Rosakarya, Bandung.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 1999 tentang Pembinaan dan Pembimbingan Warga Binaan Pemasyarakatan.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1999 tentang Syarat dan Tata Cara Pelaksanaan Hak Warga Binaan Pemasyarakatan.
- Sarwono, W. S. 2009. Pengantar Psikologi Umum. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono, 2002, Metode Penelitian. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Santoso. 2005. Pembinaan Kepatuhan. Jakarta: Portal info pendidikan di Indonesia.
- Sumodiningrat, Gunawan, 1999, Pemberdayaan Masyarakat dan Jaring Pengaman Sosial, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Suharto, Iman, 2004, Manajemen, Erlangga, Jakarta.
- Tinambunan, W.E. 2010. Teori — teori komunikasi. Swakarya, Jakarta.
- Thoha Miftah. 2002. Pembinaan Organisasi, proses dianosa dan intervensi, Manajemen Kepemimpinan. Yogyakarta, Gava Media.
- Tikson, 2001. Partisipasi Masyarakat dalam Manejemen Perkotaan. Makalah PPS Unhas. Unhas, Makassar.